

**PLAN DE MERCADEO PARA GENERAR UN MAYOR RECONOCIMIENTO EN  
EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CALI Y EL MUNICIPIO DE YUMBO EN EL  
SECTOR DE ENTRETENIMIENTO DE LA EMPRESA ARTE Y DIVERSIÓN  
LTDA**

**ANDRES FELIPE CARMONA HENAO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**PLAN DE MERCADEO PARA GENERAR UN MAYOR RECONOCIMIENTO EN  
EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CALI Y EL MUNICIPIO DE YUMBO EN EL  
SECTOR DE ENTRETENIMIENTO DE LA EMPRESA ARTE Y DIVERSIÓN  
LTDA**

**ANDRES FELIPE CARMONA HENAO**

**Proyecto de grado para optar por el título de  
Profesional de Mercadeo y Negocios internacionales**

**Director  
ANDREA MARIA RIZO PEÑAFORT  
MBA con énfasis en Gerencia de Proyectos**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**Nota de aceptación:**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales**

**CARLOS BOTERO**  
**Jurado**

**LILIAN AVILA**  
**Jurado**

**Santiago de Cali, 5 de Junio de 2013**

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios por permitirme estar donde estoy, a mi madre, Clara María Henao Hernández que siempre me han dado su apoyo incondicional y a quien debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica y sobre todo humanista y espiritual.

Para mi hermana, Xiomara, para que siga dándome ese ejemplo de que no hay barreras en la vida. A toda mi familia, muy en especial a mi tía Yolanda por todo su apoyo.

A mi Directora de trabajo de grado Andrea Rizo que siempre tuvo la disposición a ayudarme y resolver todas dudas, para guiarme a ser el profesional esperado y egresado de la Universidad Autónoma de Occidente.

También un agradecimiento muy especial a todos mis compañeros y amigos que siempre estuvieron al tanto de este proceso, en especial a mi jefe la Doctora Cristina Peñafort, quien me apoyó y me brinda toda su fortaleza para seguir adelante.

## **CONTENIDO**

	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>11</b>
<b>1. ANTECEDENTES</b>	<b>12</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>18</b>
2.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	18
2.2. PREGUNTA DE INVESTIGACION	19
2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	19
<b>3. JUSTIFICACION Y DELIMITACION</b>	<b>20</b>
<b>4. OBJETIVOS</b>	<b>21</b>
4.1. OBJETIVO GENERAL	21
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
<b>5. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>22</b>
5.1. MARCO TEORICO	22
5.2. MARCO CONCEPTUAL	24
5.3. MARCO CONTEXTUAL	27
5.3.1. Quienes somos	27
5.3.2. Misión	28
5.3.3. Visión	28
5.3.4. Objetivos organizacionales	28
5.3.5. Políticas de calidad	28
5.3.6. Objetivos de calidad	28
5.3.7. Principios	29
5.3.8. Valores	29
<b>6. METODOLOGIA</b>	<b>30</b>
6.1. TIPO DE ESTUDIO (INVESTIGACIÓN)	30
6.2. FUENTES DE DATOS	30
<b>7. ANÁLISIS SITUACIONAL</b>	<b>44</b>
7.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	44
7.2. ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA	45
7.2.1. Amenaza de nuevos entrantes	45

7.2.2. Poder de negociación de los compradores	46
7.2.3. Poder de negociación de los proveedores	46
7.2.4. Presión de sustitutos	47
7.2.5. Rivalidad de la categoría	47
7.3. FACTORES DE MERCADO	48
7.3.1. Tamaño de la categoría	48
7.3.2. Situación del ciclo de vida del producto	49
7.3.3. Ciclo de Ventas	50
8.1. ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?	51
8.2. ¿QUÉ COMPRAN Y CÓMO USAN EL PRODUCTO?	53
8.3. ¿DÓNDE COMPRAN?	53
8.4. ¿CUÁNDO COMPRAN?	53
8.5. ¿CÓMO SELECCIONAN?	54
8.6. ¿POR QUÉ PREFIEREN SERVICIO?	54
8.7. ¿CÓMO RESPONDEN A LOS PROGRAMAS DE MARKETING?	55
8.8. ¿VOLVERÁN A COMPRAR?	55
8.9. SEGMENTACIÓN	55
9. ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN	57
9.1. POTENCIAL DEL MERCADO	57
9.1.1. Empresas objetivo y cantidad de empleados	57
9.2. TAMAÑO DE LA CATEGORÍA Y PRONÓSTICO DE VENTAS	57
9.3. EVALUACION DEL FACTOR INTERNO (EFI)	58
9.4. EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (EFE)	60
9.5. DOFA	62
9.6. FACTORES CLAVE DE ÉXITO	65
10. OBJETIVOS	66
10.1. OBJETIVO DE MARKETING	66
10.1.1. Mezcla de Marketing	66
10.1.1.1. Producto	66
10.1.2. Plaza	67
10.1.3. Promoción	68
10.1.4. Relaciones públicas	69
10.1.5. Fuerza de ventas	70
10.1.6. Precio	70
10.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS	70
10.2.1. Clientes	70

<b>10.2.2. Mercados</b>	<b>71</b>
<b>11. ESTRATEGIA DE PRODUCTO / MARCA</b>	<b>72</b>
11.1. MERCADO OBJETIVO	72
11.2. COMPETIDORES OBJETIVOS	72
11.3. ATRIBUTOS DE PRODUCTO	72
11.4. ESTRATEGIA CENTRAL	73
11.5. POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO	73
11.6. PROGRAMAS DE SOPORTE AL MARKETING	74
11.6.1. Plan integrado de comunicaciones de Marketing	74
<b>12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>	<b>75</b>
<b>13. MONITORIA Y CONTROL</b>	<b>78</b>
<b>14. MEDIDAS DE DESEMPEÑO</b>	<b>79</b>
<b>15. PRESUPUESTO</b>	<b>80</b>
<b>16. CONCLUSIONES</b>	<b>82</b>
<b>17. RECOMENDACIONES</b>	<b>83</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>84</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>86</b>

## **LISTA DE FIGURAS**

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1. Grafica Reconocimiento</b>	<b>32</b>
<b>Figura 2. Grafica participación en alguna actividad</b>	<b>33</b>
<b>Figura 3. Grafica disponibilidad participación de actividades</b>	<b>34</b>
<b>Figura 4. Grafica actividades a desarrollar</b>	<b>35</b>
<b>Figura 5. Grafica Actividades que Prefieren los empleados</b>	<b>36</b>
<b>Figura 6. Grafica Actividades a Implementar en su Departamento</b>	<b>37</b>
<b>Figura 7. Grafica Actividad implementada</b>	<b>39</b>
<b>Figura 8. Grafica Contratación de los servicios de Arte y Diversión Ltda.</b>	<b>40</b>
<b>Figura 9. Grafica Ciclo de vida</b>	<b>50</b>
<b>Figura 10. Matriz DOFA</b>	<b>63</b>
<b>Figura 11. Ilustración Logo tipo Adgora</b>	<b>80</b>



## **LISTA DE CUADROS**

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro 1. Reconocimiento</b>	<b>32</b>
<b>Cuadro 2. Participación en alguna actividad</b>	<b>33</b>
<b>Cuadro 3. Disponibilidad en la Participación de actividades</b>	<b>34</b>
<b>Cuadro 4. Actividades a desarrolla</b>	<b>35</b>
<b>Cuadro 5. Actividades que Prefieren los empleados</b>	<b>36</b>
<b>Cuadro 6. Actividades a Implementar en su Departamento</b>	<b>37</b>
<b>Cuadro 7. Actividad implementada</b>	<b>38</b>
<b>Cuadro 8. Contratación de los servicios de Arte y Diversión Ltda.</b>	<b>40</b>
<b>Cuadro 9: Colaboradores del Grupo Acción Plus</b>	<b>41</b>
<b>Cuadro 10. Análisis de la categoría</b>	<b>45</b>
<b>Cuadro 11. Pronostico de ventas</b>	<b>57</b>
<b>Cuadro 12. Matriz de la evaluación del factor interno (EFI)</b>	<b>59</b>
<b>Cuadro 13. Matriz de la evaluación del factor externo (EFE)</b>	<b>61</b>
<b>Cuadro 14. ESCALA DE PRECIOS</b>	<b>68</b>
<b>Cuadro 15. Cronograma</b>	<b>75</b>
<b>Cuadro 16. Cotización Publicidad Arte y Diversion Ltda.</b>	<b>80</b>

## LISTA DE ECUACIONES

	<b>Pág.</b>
<b>Ecuación 1. Muestra de la Población</b>	<b>42</b>

## INTRODUCCION

El propósito de la empresa es desarrollar un plan de mercadeo para darse a conocer por las medianas y grandes empresas ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo, con el objetivo de que se creen alianzas estratégicas con dichas empresas. Buscando que Arte y Diversión Ltda. Dedicada a la prestación de servicios recreativos artísticos y culturales, se enfoca en construir con la comunidad valores que permitan una sana convivencia optimizando la calidad de las relaciones interpersonales y demás situaciones que influyan en el bienestar del ambiente laboral, familiar y social y de esta forma logre obtener un mayor reconocimiento en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo. De esta forma se logrará ampliar la participación en este sector del mercado, obteniendo mayores ingresos y reconocimiento.

Es de suma importancia tener en claro en qué situación actual es que se encuentra la empresa Arte y Diversión Ltda. Conocer cuáles son las ventajas y desventajas que tiene respecto al reconocimiento y posicionamiento, tener muy claro cuáles son los objetivos que se quieren alcanzar y de qué manera se piensa lograrlo ya que esto solo se logra desarrollándolo de una manera ordenada se debe hacer un control para ver cómo va el desarrollo del proyecto.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos se realizarán investigaciones para determinar cuáles son los principales competidores de la empresa Arte y Diversión Ltda. en el sector de entretenimiento. En estas investigaciones que se llevarán a cabo también se estudiarán las necesidades de los clientes potenciales, para lograr brindar un servicio óptimo que llene sus expectativas. Todo esto estará enfocado en lograr un mayor reconocimiento por parte de las medianas y grandes empresas ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo. A demás de que con estas estrategias se espera que la rentabilidad de Arte y Diversión Ltda. Aumente.

Se trabajará intensivamente en redes sociales ya que la empresa no realiza un manejo adecuado de estas, debido a que estos medios son indispensables hoy en día para lograr abarcar un mayor número de clientes con el fin de brindar información de una manera más oportuna y precisa.

## 1. ANTECEDENTES

Al realizar una búsqueda de los diferentes estudios e investigaciones dedicados al entretenimiento y recreación no se encontró información específica sobre este tema, sin embargo se encontraron temas que se relacionan directamente con el desarrollo de estas actividades tales como estudios, documentos y testimonios en diferentes países.

También se debe tener en cuenta la situación actual de la empresa Arte y Diversión Ltda. Ya que esta empresa quiere generar un crecimiento y reconocimiento en la ciudad de Cali como en el municipio de Yumbo. La empresa se conforma por el Gerente: Alejandro Morales, la Directora Creativa: Viviana García. Estas dos personas son los que encabezan la organización y están encargados del buen funcionamiento de los eventos, y la logística para prestar los servicios de portafolio de la empresa.

A la vez, lo integra un equipo de trabajo conformado aquellas personas que se presentan en el momento del evento o del servicio como tal. Este se conforma por 10 Artistas desempeñando diferentes cargos y responsabilidades (Actores y actrices, coordinadores creativos, ventas, entre otros...)

Arte & Diversión Ltda. cuenta con diferentes actividades recreo-artísticas como: Promoción y prevención, Seguridad Industrial, Trabajo en equipo dentro de las oficinas, Talleres de sensibilización, Manejo de estrés, Pausas Activas, Separación de Residuos, (Las 3 R), Las 5 S, Risoterapia, Resolución de Conflictos, Conciencia ciudadana, Escuela de Padres desde septiembre del 2008, estos servicios son adquiridos al mes por las empresas y personas naturales mencionadas a continuación:

### ***Clientes de Arte & Diversión Ltda.***

- Parques y Mercadeo SAS
- Parques y Eventos Promocionales SAS
- Comfenalco Valle
- Colombina del Cauca
- Fundación Universitaria San Martín
- Entre Otras

Gracias a la alianza y a las diferentes estrategias planteadas con estas empresas y persona naturales se puede ver una mayor participación de la empresa en el mercado; sin embargo la participación aun es baja.

Para poder garantizar una mayor participación del mercado se basará en diferentes estudios que permitan el correcto desarrollo de un plan de mercadeo generando un posicionamiento y una ampliación en el mercado satisfactoriamente. El siguiente estudio habla de la importancia de la recreación como una práctica educativa y de importancia para mejorar la calidad de vida y la convivencia en la sociedad.

## **LA RECREACION: ALGO MÁS QUE VOLVER A HACER**

Autor: Guillermina Mesa Cobo. - Universidad del Valle.

“I Simposio de Investigación y Formación en Recreación. Septiembre 30 a Octubre 2 de 1999. Pereira, Colombia. Vicepresidencia de la República / Coldeportes / FUNLIBRE

Uno de los propósitos centrales del trabajo de investigación del cual deriva la aproximación que se presenta, consiste en encontrar algunas claves que permitieran caracterizar la recreación como práctica educativa. Fue decisivo para el cumplimiento de nuestros propósitos partir de un marco teórico explicativo en el que se pone de relieve el origen socio-histórico de las actividades o prácticas socioculturales dentro de las cuales se inscribe la recreación. Esta perspectiva nos proporcionó herramientas conceptuales y metodológicas para entender que la recreación es una actividad que se constituye socialmente a través de múltiples manifestaciones de carácter y naturaleza distinta, por lo cual, no es reductible a una sola y única explicación como, por ejemplo, cuando se la define como “*volver a hacer*” en términos de la reposición de la fuerza de trabajo y vía diccionario o como la actividad “*que se elige libre y espontáneamente después de la jornada de trabajo*” como afirmara Dumazedier (1968).

De hecho la recreación, es una actividad compleja y diversa que para ser explicada requiere de las construcciones teóricas y metodológicas aportadas por otras disciplinas que, como la psicología en este caso particular, le otorga pertinencia temática.<sup>1</sup>”

---

<sup>1</sup> MESA COBO, Guillermina, LA RECREACIÓN: ALGO MÁS QUE VOLVER A HACER, I Simposio de Investigación y Formación en Recreación. Septiembre 30 a Octubre 2 de 1999. Pereira.

También en la recreación se debe hacer énfasis en el consumismo ya que los consumidores hoy en día son cada vez más exigentes cuando se hace referencia a un servicio y siempre están en busca de un mejoramiento continuo de el mismo, además la recreación es un servicio que ayuda a la convivencia y a mejorar la calidad de vida se debe presentar un servicio adecuado para que pueda suplir todas las necesidades del cliente.

## **LA GRAN IMPORTANCIA DE LA RECREACIÓN**

Autor: Delfo Tomislav Gastelo Miskulin<sup>2</sup>

“El ritmo de vida, el consumismo que, consciente o inconscientemente orienta nuestro proceder, los problema que debemos afrontar para satisfacer nuestras necesidades diarias, están influyendo negativamente en algo en que a veces ni pensamos y es esencial para nuestro desarrollo como seres humanos: la calidad de vida.

Todos los seres humanos deben tener como objetivo algo fundamental: disfrutar de la vida y mejorar su calidad, pero esto no se logra con un simple deseo, es necesario poner de su parte.

Si hablamos de la importancia de la creatividad, nos enfocamos fundamentalmente hacia la labor del equipo, con lo que se puede deducir su valor para cualquier aspecto de nuestra vida. Por eso la competitividad de una persona está en relación directa con su capacidad de crear, y esto es algo que mucha gente tiene en cuenta y práctica.

Pero hay algo de lo que no tenemos conciencia, o a veces consideramos que ya no estamos en edad de hacerlo: la importancia de RE-CREAR, que consiste en volver a crearnos, en sacar lo mejor de nosotros mismos, que tal vez hayamos dejado de utilizar. Una de las mejores formas del lograrlo es, justamente, LA RECREACION, y cuando utilizamos este término, pensamos en diversión. ¡Y precisamente, de eso se trata.<sup>3</sup>”

---

<sup>2</sup> Colombia. Vicepresidencia de la República / Coldeportes / FUNLIBRE Está disponible en: <http://www.redcreacion.org/documentos/simposio1if/GMesa.html>.

<sup>3</sup> GASTELO MISKULIN, Delfo Tomislav. La gran importancia de la Recreación. [en línea]. Universidad del Perú, 2007 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en Internet

Se debe tener en cuenta, que la recreación y el sector del entretenimiento son de suma importancia dentro de las empresas, ayudando a un mejor ambiente laboral y generando una integración más fuerte entre los empleados para obtener un óptimo espacio para el desempeño laboral

## **SALUD OCUPACIONAL**

“Recreación y entretenimiento para mejorar la calidad del trabajo

Actualmente, muchas empresas han optado por ofrecer opciones de recreación a sus empleados, no sólo porque esto mejora su propia salud, sino porque se ha notado que mejora el rendimiento laboral y el sentido de pertenencia.

No sólo se trata de trabajar en una empresa y pare de contar. Con ciertas modificaciones puede crearse todo un ambiente de trabajo agradable, en donde se compartan cosas diferentes al trabajo que se realiza normalmente, y de paso, se goce de buena salud mental y física.

Algunas empresas han integrado a su programación anual, actividades que incluyen juegos deportivos o reuniones (convivencias) que hacen que el ambiente laboral mejore notablemente.

Recreación, alimentación, deporte. Sobre todo en las empresas grandes, debido a las facilidades en sus instalaciones, han implementado gimnasios, cafeterías, sitios de esparcimiento internos que han cambiado la forma en que los empleados ven su empresa y lo que ésta tiene para ofrecerles.<sup>4”</sup>

Debido a que se han tocado temas que ayudarán a la comunidad desde la mirada de la recreación, debemos retomar un factor importante como los benéficos a partir del desarrollo humano y como este nos da un punto de partida y una ventaja, debido que es apoyado desde el sector gubernamental para que sea reconocido como un servicio social.

---

<sup>4</sup> Familias institucionales, recreación y control, 2009. [en línea]. Disponible en: <http://www.familiainstitucional.com/servlet/co.com.pragma.documenta.servlet.seccion.MostrarDocumento?idDocumento=118&seccion=/HOME/MAGAZIN/SALUDOCUPACIONAL/>

## **LOS BENEFICIOS DE LA RECREACION DESDE UNA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO HUMANO<sup>5</sup>**

Autor: ESPERANZA OSORIO CORREA. Directora Ejecutiva Nacional - FUNLIBRE.

“II Simposio Nacional de Vivencias y Gestión en Recreación. Vicepresidencia de la República”

El II Simposio Nacional de Vivencias y Gestión en Recreación, es el último evento académico nacional programado desde el Plan Nacional de Recreación 1999 - 2002 - Recreación: Recreación con un Propósito. La evaluación que se podría hacer, si se toman como referente las ponencias y discusiones que se han dado a lo largo de este periodo es que aún debemos avanzar, especialmente en decisiones fundamentales, decisiones que tendrán que derivarse de posiciones individuales firmes, para que se puedan colectivizar de manera crítica y argumentada.

Presentaré únicamente algunos de los indicadores, que están referidos al contenido de esta ponencia:

- Una incipiente apropiación del plan: sea para contribuir a que sus contenidos se hagan más robustos, para criticarlo constructivamente, presentar alternativas de mejoramiento, debatirlo, etc.
- Ruptura entre las cuatro áreas de efectividad en la conceptualización y la práctica y entre éstas dos.
- La capacidad de argumentación para sustentar una posición explícita acerca del enfoque de recreación que se asume, debilita al sector y sus posibilidades de posicionamiento frente a otros servicios.

Estos tres aspectos han tenido un impacto altamente significativo sobre el desarrollo de la recreación en Colombia y su posicionamiento como un componente de las políticas públicas sociales. Existen otros, que pueden ser igualmente determinantes que se derivan del contexto socioeconómico y cultural

---

<sup>5</sup> OSORIO CORREA, Esperanza. Los Beneficios de la Recreación desde una perspectiva del Desarrollo Humano, II Simposio Nacional de vivencias y Gestión en Recreación. [en línea]. Cali. Funlibre 2013. [Consultado en Marzo de 2013], disponible en: <http://www.redcreacion.org/simposio2vg/EOsorio.htm>



del país y el crecimiento institucional del sector, los cuales no son considerados dentro del contexto de esta discusión.<sup>6</sup>”

---

<sup>6</sup> OSORIO CORREA, Esperanza. Los Beneficios de la Recreación desde una perspectiva del Desarrollo Humano, II Simposio Nacional de vivencias y Gestión en Recreación. [en línea]. Cali. Funlibre 2013. [Consultado en Marzo de 2013], disponible en: <http://www.redcreacion.org/simposio2vg/EOsorio.htm>

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

Actualmente la empresa Arte y Diversión Ltda. no cuenta con el suficiente reconocimiento por parte de los que podrían ser los clientes más rentables para la empresa. Se hace referencia a diferentes tipos de clientes como medianas empresas y multinacionales ubicadas dentro de la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo

Al no tener un gran reconocimiento en este sector por parte de este tipo de empresas, no se aprovechan las oportunidades que serían muy rentables para la compañía, ya que los contratos podrían hacerse por periodos de tiempo más largos, meses o años dado la gran cantidad de eventos que tienen estas empresas durante el año como las fiestas para los hijos de los empleados, la celebración de fechas especiales como cumpleaños, día de la mujer, día de la madre y eventos institucionales como la fiesta anual de la empresa, a diferencia de cuando se trabaja para personas naturales, que generalmente solo realizan un evento determinado por año. Existen otras empresas que son competencia directa de Arte y Diversión Ltda. ya que ofrecen los mismos servicios, estas son: Saltimbankis Espectáculos, Juglares Producciones y Genios Arte, las cuales se especializan en la planeación, organización y realización de todo tipo de eventos artísticos y recreativos y generalmente cuentan con un equipo que está conformado por artistas profesionales en diferentes disciplinas como: el circo, teatro, la narración, la pantomima clásica, los títeres, el clown, zancos, acrobacia, y la recreación entre otras.

La gran diferencia que hay entre estas empresas y Arte y Diversión Ltda. es la responsabilidad con que se asumen los compromisos adquiridos. Se podría asegurar que es la empresa que genera más confiabilidad en el mercado, esto manifiestan los clientes de la competencia que, en busca de un mejor servicio, han contratado a Arte y Diversión Ltda., lo cual le da a la empresa un plus sobre las demás. De igual forma no se tiene el reconocimiento esperado por parte de las medianas y grandes empresas ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo.

Es por esto que el plan de mercadeo estará enfocado en aumentar la participación por medio de la penetración de los diferentes servicios prestados a medianas y grandes empresas que están ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo. El objetivo principal del proyecto es dar a conocer Arte y Diversión Ltda.

a las empresas más rentables, ya que serían las que brindan una estabilidad económica a la hora de firmar un convenio o contrato.

Lo que se busca con este plan de mercadeo es generar oportunidades de negocios y un mercado más rentable para la empresa.

## **2.2. PREGUNTA DE INVESTIGACION**

¿Cómo generar un mayor reconocimiento de la empresa prestadora del servicio recreativo, artístico y cultural, Arte y Diversión Ltda. por parte de medianas y grandes empresas ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo?

## **2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál sería la forma más eficiente y rentable para dar a conocer la empresa “Arte y Diversión Ltda. Entre las empresas medianas y grandes ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo?

¿Cuáles son las variables demográficas y psicográficas que definen el perfil objetivo de la empresa Arte y Diversión Ltda.?

¿Cuál sería el presupuesto que se utilizaría para poder crear estas estrategias?  
¿Qué oportunidades y amenazas se detectaron en este sector del mercado que contribuirán al diseño de la estrategia?

### **3. JUSTIFICACION Y DELIMITACION**

La empresa Arte y Diversión Ltda. Prestadora de servicios de entretenimiento dirigida a medianas y grandes empresas, ubicada en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo, pretende generar un mayor reconocimiento por parte de estas compañías, a través de un plan de mercadeo ya que este posibilita la creación de diferentes estrategias para posicionar a Arte y Diversión Ltda. en la ciudad de Cali y en el municipio de Yumbo, buscando obtener un mayor número de contratos con este tipo de entidades y generar una mayor rentabilidad para los propietarios.

Al obtener una mayor rentabilidad se podrá ampliar gradualmente la inversión en el área de mercadeo, obteniendo un desarrollo óptimo en la comunicación, tanto a los clientes potenciales como a los clientes reales, fomentando la fidelización de los mismos.

Con este proyecto se busca que las empresas que desean adquirir el portafolio de servicios, no solamente reciban los servicios de recreación y entrenamiento, sino también se busca incentivar a nuestros usuarios en los valores culturales y éticos de la sociedad colombiana donde se conozca, valore y cree conciencia de la diversidad cultural, étnica, ecológica y recreativa en nuestro país. Y así logren obtener un mejor rendimiento laboral en cada una de estas empresas.

Este trabajo que Arte y Diversión Ltda. desarrolla en empresas como Parques y Eventos Promocionales SAS, Comfenalco Valle, Colombina del Cauca, Fundación Universitaria San Martín entre otras, se hace con características netamente artísticas y pedagógicas lo cual hace de estos servicios una herramienta útil para la sociedad, fomentando la apropiación de nuestra cultura y fortaleciendo características como la creatividad, imaginación y emprendimiento e iniciativa, por medio de experiencias reales. Con el fin de lograr que la empresa Arte y Diversión Ltda. sea reconocida por las medianas y grandes empresas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un plan de mercadeo que permita a la empresa Arte y Diversión Ltda. ser reconocida como la mejor empresa prestadora de servicios recreativos y culturales por las medianas y grandes empresas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar estrategias enfocadas al trabajo con las redes sociales para dar a conocer a Arte y Diversión Ltda. en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo, ya que, esta estrategia es eficiente y genera mayor reconocimiento.
- Conocer las necesidades de los clientes potenciales por medio de encuestas para así, generar el perfil objetivo de la empresa y desarrollar un portafolio adecuado de servicios para ellos.
- Desarrollar un presupuesto para la implementación de plan de mercadeo enfocado en redes sociales y material P.O.P.
- Identificar los principales competidores de la empresa Arte y Diversión Ltda. en el sector del entretenimiento para estudiar su comportamiento.

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1. MARCO TEORICO

Es importante tener como base de referencia los conceptos de marketing que sirven para “Convencer y hacer que los consumidores prefieran su producto o servicio, y no el de otros. Para ello, deben centrarse en los elementos que lo diferencian de la competencia, entre los que se encuentran: la calidad del servicio, la distribución y una publicidad que impresione desde un principio”<sup>7</sup> esto es una herramienta fundamental para el desarrollo del proyecto porque nos permite conocer las necesidades del cliente, para poder satisfacerlas y que de esta forma los consumidores prefieran nuestros servicios.

Por otro lado el marketing de servicios tiende a “entenderse como una ampliación del concepto tradicional. Éste debe, por tanto, reafirmar los procesos de intercambio entre consumidores y organizaciones con el objetivo final de satisfacer las demandas y necesidades de los usuarios, pero en función de las características específicas del sector. Ejemplo de ello lo tenemos en los sectores de formación, seguros, turístico, banca, juego, etc., mercados que están tan avanzados como los de bienes de consumo”<sup>8</sup> al obtener este tipo de información tenemos una visión más amplia del mercado de servicios ya que tiene un desarrollo positivo debido, a que cada vez va aumentando las exigencias del consumidor, se debe ejecutar un plan de servicios adecuado para lograr satisfacer las necesidades del publico real como el potencial.

Debido a la gran influencia de la globalización, hoy en día observamos como esta se ha convertido en una gran herramienta de ayuda como es el marketing de redes sociales. “Hoy en día las Redes Sociales se han vuelto cada vez más indispensables en la vida del ser humano, consecuencia de que vivimos en un mundo globalizado en el que todo individuo debe estar actualizado sobre lo que sucede en el planeta. Gracias a páginas como Facebook, Twitter, LinkedIn y MySpace, esta conexión entre varios individuos ha logrado maximizar la

---

<sup>7</sup> De Gerencia, 2012, Expertos en Marketing [en línea]. Disponible en <http://www.degerencia.com/tema/marketing>

<sup>8</sup> MUÑIZ GONZÁLEZ, Rafael, Marketing en el Siglo XXI. Marketing de Servicios [en línea]. Disponible en <http://www.marketing-xxi.com/marketing-de-servicios-11.htm>.

comunicación global”<sup>9</sup> al conocer de antemano la importancia de las redes sociales debemos utilizarla como herramienta principal para desarrollar el plan de mercadeo, por esta razón las empresas ven en las redes sociales una ayuda de gran importancia para dar a conocer los servicios de nuestra empresa a los consumidores.

De igual forma es de gran importancia el trabajo realizado por especialistas en el área de la psicología, por qué nos ayuda a obtener información base para generar un óptimo desarrollo en la empresa porque “la recreación como actividad inherente a la vida, busca el disfrute, promoviendo el desarrollo y elevando la calidad de vida. Se recomienda fomentar la participación activa, para mantenerse dinámico promoviendo sentimientos de satisfacción que contribuyan a mejorar la calidad de vida del proyecto garantizando una mayor participación del mercado” desde el punto de la psicología el desarrollo de esta actividad genera un beneficio en las personas logrando una mejor convivencia en la sociedad.

Como factor importante para el desarrollo de este proyecto y partiendo de los principios del marketing, la psicología del consumidor y publicidad son de vital importancia para comprender la forma de llegarle a los diferentes tipos de clientes y usuarios a los cuales Arte y Diversión Ltda. Tienen como principal objetivo. Esta disciplina nos define los diferentes tipos de consumidores y de esta forma desarrollar estrategias eficaces y eficientes para obtener óptimos resultados.

“La psicología del consumidor es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de tres aspectos que son:

- Los grupos de referencia primarios: la familia, de la cual, el individuo aprende en primera instancia las pautas de comportamiento y los amigos más íntimos.
- Los grupos secundarios: amistades y los centros escolares, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, conocimiento y expectativas del individuo en un grupo social.

---

<sup>9</sup> Estrategias de Marketing Online [en línea]. All Rights Reserved [Consultado en Marzo de 2013]. Disponible en Internet en <http://www.estrategiasdemarketingonline.com>

- Los grupos terciarios: medios de comunicación y líderes de opinión a que marcan de alguna manera las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal.”<sup>10</sup>

En este texto encontramos la definición de cada uno de los tipos de clientes a nivel general, de tal manera que nos ofrece un mayor conocimiento de cómo llegar al objetivo de la empresa que es generar un mayor reconocimiento de la empresa Arte y Diversión Ltda.

## 5.2. MARCO CONCEPTUAL

En esta investigación trabajaremos los conceptos relacionados con el marketing, marketing de servicios y marketing de redes sociales para dar a conocer y ampliar la participación del mercado en la empresa Arte y Diversión Ltda.

Con el fin de llevar acabo un desarrollo óptimo de este proyecto de deben tener claros algunos conceptos que nos permita entender el desarrollo de los temas.

**MERCADEO:** Conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios (P. Kotler). - Proceso de planear y realizar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios que producen intercambios que satisfacen los objetivos del individuo y de las organizaciones<sup>11</sup>

**MERCADO:** Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales. El conjunto de actos de compra y venta referidos a un producto determinado en un momento del tiempo<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Psicología de la Publicidad [en línea]. Publicado en Septiembre 10 2009 [consultado en abril de 2013]. Disponible en Internet <http://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>.

<sup>11</sup> La gran Enciclopedia Económica [en línea]. Diccionario de Economía [consultado en abril de 2013]. Disponible en <http://www.economia48.com/>.

<sup>12</sup> La gran Enciclopedia Económica. Loc. Cit.



**SERVICIOS RECREATIVOS:** Actividades con las cuales se busca generar un impacto social, por medio de la aplicación de técnicas recreativas novedosas, orientadas a los empleados de las empresas<sup>13</sup>

**PLAN DE MERCADEO:** Es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercadeo. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto.<sup>14</sup>

**RENTABILIDAD:** Hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido.<sup>15</sup>

**PORTAFOLIO:** Es una combinación de productos y servicios, que se ponen a disposición de una persona natural o jurídica, el tipo del portafolio varía dependiendo de la necesidad del cliente.<sup>16</sup>

**REDES SOCIALES:** Estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.<sup>17</sup>

**MATERIAL P.O.P:** Material Punto de Venta, en inglés (EN) Point-of-Purchase. Es el material promocional colocado en las tiendas para captar la atención del consumidor e impulsarlo a comprar. Incluye los letreros que se colocan en los estantes, anuncios en las ventanas, módulos de demostración, etc.<sup>18</sup>

---

<sup>13</sup> La gran Enciclopedia Económica [en línea]. Diccionario de Economía [consultado en abril de 2013]. Disponible en Internet <http://www.economia48.com/http://www.economia48.com/http://www.economia48.com/>.

<sup>14</sup> Copyright © 2013 [Farlex, Inc.](#) incluyendo diccionarios, tesauros, textos, geografía y otros datos de referencia tiene únicamente fines informativos. Esta información no debe considerarse completa ni actualizada, y no está destinada a ser utilizada en lugar de una visita, consulta, asesoramiento de una persona jurídica, médica, o de cualquier otro profesional encuéntralo en: <http://es.thefreedictionary.com>

<sup>15</sup> Loc. Cit. 13

<sup>16</sup> Loc. Cit. 12

<sup>17</sup> Ohiou University [en línea]. Disponible en Internet [www.library.ohiou.edu](http://www.library.ohiou.edu)

<sup>18</sup> Loc. Cit. 13

**SERVICIOS:** Conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien (físico o intangible) en que el primero se consume siempre en el momento en que es prestado.<sup>19</sup>

**RISOTERAPIA:** Una estrategia o técnica psicoterapéutica tendiente a producir beneficios mentales y emocionales por medio de la risa. No puede considerarse una terapia, ya que no cura por sí misma enfermedades, pero en ciertos casos logra sinergias positivas con las curas practicadas. Se trata en general que las sesiones de risoterapia se practiquen en grupo aprovechando el contagio de persona a persona.<sup>20</sup> Adicional a esto, la risoterapia es fundamental para el momento para mejorar las relaciones interpersonales ente varias personas de una misma organización.

**PAUSAS ACTIVAS:** Son “pequeñas” interrupciones de una actividad laboral dentro de la jornada de trabajo para realizar diferentes técnicas y ejercicios que ayudan a reducir la fatiga laboral, el estrés y prevenir trastornos musculares.<sup>21</sup>

**DANZA:** Es una forma de arte en donde se utiliza el movimiento del cuerpo, usualmente con música, como una forma de expresión, de interacción social, con fines de entretenimiento, artísticos o religiosos. La danza, también es una forma de comunicación, ya que se usa el lenguaje no verbal entre los seres humanos.<sup>22</sup>

**TÍTERES:** Un títere es un muñeco que se mueve mediante hilos u otro procedimiento. Puede estar fabricado con trapo, madera o cualquier otro material y permite representar obras de teatro, en general dirigidas al público infantil.<sup>23</sup>

**TEATRO:** Consiste en la representación o actuación de historias en frente del público, usando para estos fines el habla, gestos, la mímica, la danza, la música y

---

<sup>19</sup> Ohiou University [en línea]. Disponible en Internet [www.library.ohiou.edu](http://www.library.ohiou.edu).

<sup>20</sup> Loc. Cit. 18

<sup>21</sup> Loc. Cit. 18

<sup>22</sup> Copyright © 2013 [Farlex, Inc.](http://www.farlex.com) incluyendo diccionarios, tesauros, textos, geografía y otros datos de referencia tiene únicamente fines informativos. Esta información no debe considerarse completa ni actualizada, y no está destinada a ser utilizada en lugar de una visita, consulta, asesoramiento de una persona jurídica, médica, o de cualquier otro profesional encuéntralo en: <http://es.thefreedictionary.com> <http://es.thefreedictionary.com/>

<sup>23</sup> Loc. Cit. 21

otros elementos. De hecho en el teatro se pueden reconocer elementos pertenecientes a las demás artes escénicas, y no está limitado al estilo tradicional del diálogo narrativo (por ejemplo en la mímica, las marionetas, la ópera y el ballet).<sup>24</sup>

Estas definiciones tienen una importancia dentro de Arte y Diversión Ltda. debido a que son fundamentales para el buen desarrollo de sus talleres y generando confianza y seguridad entre los mismo compañeros d cierta organización, el romper el hielo entre compañeros, desarrollando actividades fuera de las comunes “laborales” generan un desarrollo de la relación interpersonales más fuerte, generando a si un mejor desempeño dentro de la organización.

### **5.3. MARCO CONTEXTUAL**

Definiremos el marco contextual por medio de los 4 puntos cardinales de la ciudad de Cali adjuntando el municipio de Yumbo. Conformados por: nor-oriente, nor- occidente, oriente y sur. Con lo cual se pretende cubrir las medianas y grandes empresas ubicadas en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo.

De esta forma está distribuida la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo, el proyecto que se desarrollara estará concentrado en las principales zonas donde se encuentren ubicadas las empresas: Tecnoquimicas, Bavaria, Argos, Cadbury Adams, Colgate Palmolive, Carvajal, Propal, Home Center, Postobon, Coca Cola, Centelsa entre otras que son las que requieren los diferentes servicios.

**5.3.1. Quienes somos.** Arte y Diversión Ltda. es una empresa conformada por Artistas del Instituto Popular de Cultura I.P.C. Que se han desenvuelto desde antes de su formación profesional en el medio recreativo, turístico y cultural; ha participado en obras teatrales y eventos artísticos que han tenido la oportunidad de presentarse en la ciudad de Santiago de Cali, al igual que en varios municipios del valle del Cauca y del País, con diferentes tipos de público, en salas concertadas y en la calle. En la actualidad desarrolla programas culturales y pedagógicos a través de las artes.

---

<sup>24</sup> Ohiou University [en línea]. Disponible en Internet [www.library.ohiou.edu](http://www.library.ohiou.edu).

**5.3.2. Misión.** Inculcar características artísticas y pedagógicas que hagan de nuestras actividades y servicios herramientas útiles para la sociedad contemporánea, fomentando la apropiación de nuestra cultura y fortaleciendo características como la creatividad, imaginación, emprendimiento e iniciativa, por medio de experiencias reales.

**5.3.3. Visión.** Proyectar la empresa líder en turismo, recreación y eventos, posicionándonos como la mejor productora de programas artístico culturales e incentivando en nuestros usuarios los valores culturales y éticos de nuestra sociedad colombiana; donde se conozca, valore y quiera la diversidad cultural, étnica, ecológica y recreativa en nuestro país.

#### **5.3.4. Objetivos organizacionales**

- Crecimiento en ventas
- Mayor cobertura en la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo.
- Generar mayor bienestar a los empleados de las diferentes empresas

**5.3.5. Políticas de calidad.** Arte y Diversión Ltda. cuenta con un desarrollo alto, enfocado en el mejoramiento continuo tanto financieramente como en personal capacitado, apoyando a todos sus trabajadores y recreadores para una mayor capacitación, todos ellos son libres de hacer propuesta para una superación así mismo y fomentar esto a sus compañeros.

Gracias al buen trabajo en equipo cada vez más la empresa Arte y Diversión Ltda. Mostrará una mayor capacidad y un portafolio más completo dando un punto de vista diferente por su diversificación de productos y servicios y también con la referencia de las empresas con que se ha trabajado con anterioridad.

#### **5.3.6. Objetivos de calidad.**

- Ofrecer de manera adecuada tanto un buen servicio y un buen precio a las empresas para ser tomado como su primera opción.
- Garantizar a las diferentes empresas buen desarrollo de las activas a las que se dedica la empresa Arte y Diversión Ltda.

- Argumentar de manera adecuada como se desarrollara el plan a lo largo de la contratación.

#### **5.3.7. Principios**

- Enfocarse directamente al empleado.
- Prestar el mejor servicio y que sea detallado en los informes de bienestar.
- Buscar siempre un beneficio ético y proporcional a los beneficios del empleado.
- Generar una recordación positiva del taller y actividades tanto laboral como personal.

#### **5.3.8. Valores**

- Tolerancia
- Responsabilidad
- Respeto
- Organización

Estos valores son vitales en lo empleados de Arte y Diversión Ltda. para el mejor desempeño de los mismos y una buena precepción de nuestros clientes (empleados de empresas en la Ciudad de Cali y Yumbo).

## **6. METODOLOGIA**

### **6.1. TIPO DE ESTUDIO (INVESTIGACIÓN)**

El tipo de estudio que se utilizará para desarrollar el proyecto **“PLAN DE MERCADEO PARA GENERAR UN MAYOR RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CALI Y EL MUNICIPIO DE YUMBO EN EL SECTOR DE ENTRETENIMIENTO DE LA EMPRESA ARTE Y DIVERSIÓN LTDA”** es de carácter descriptivo ya que el tipo de información que debemos recolectar es por medio de encuestas, entrevista, observaciones y muestreo. También se debe plantear una serie de investigaciones que nos ayudan a realizar una buena ejecución del plan de mercadeo, como análisis de la situación (análisis general, análisis de la competencia y análisis de la empresa), oportunidades y amenazas, establecer objetivos (alcanzables, realistas, oportunos, medibles, específicos), definir la estrategia que se empleará para generar el posicionamiento y reconocimiento esperado, decidir las tácticas de marketing (cómo se va a poner en marcha la estrategia y detallar las acciones de marketing, anuncios y medios por los cuales se va a dar a conocer la empresa) en este punto debemos hacer énfasis, ya que trabajaremos exhaustivamente en las redes sociales.

### **6.2. FUENTES DE DATOS**

Debido a que la empresa Arte y Diversión Ltda. no ha realizado investigaciones con anterioridad que ayuden a encontrar una solución al planteamiento del problema, por esta razón las fuentes de información que se utilizarán para desarrollar el proyecto se basarán en fuentes primarias y secundarias.

Como fuente primaria se tomará en cuenta las experiencias reales de la empresa a través del tiempo que lleva en funcionamiento, la opinión de los clientes actuales y de los empleados de la empresa, debido a que con esta información tendremos una base para solucionar el planteamiento del problema.

Entrevista: Analista regional de salud ocupacional Colpatria el señor Oscar castro, quien muy formalmente aceptó la entrevista con el fin de conocer más a fondo cuáles son las preferencias de los empleados de esta empresa. Primero nos cuenta cómo es el esquema de sus funciones y como apoya desde su trabajo todas las actividades de salud ocupacional, el Sr. Castro Desempeña su labor en las instalaciones de Acción Plus pero su contratación es directamente relacionada con Colpatria.

Entrevistado: el enfoque principal de sus actividades van directamente relacionadas con la accidentabilidad de los empleados de esta, pero el Sr. Oscar es quien genera la propuesta de entretenimiento y surja la necesidad de la misma así mismo deberá prestarla al Departamento de Recursos Humanos, es la persona quien da el visto bueno de las actividades y si realmente es beneficioso para los empleados de la empresa.

Al momento que se le conto las actividades que se podían realizar con esta empresa y como se iba a desarrollar, el Sr. Oscar permite Arte y Diversión Ltda. presente a Recursos Humanos con Salud Ocupacional para darnos a conocer y buscar una contratación mínimo por 6 meses en el 2013.

Entrevistado: La idea que se está promocionando y las actividades que ofrece Arte y Diversión Ltda. son de gran interés para mí y mi empresa, me gustaría que fueran a la principal para que hagas una presentación del portafolio al Departamento de Recursos humanos y a nuestro Departamento de Salud Ocupacional.

Esta reunión quedo programada para el viernes 19 de abril de 2013

Observación: de los principales clientes potenciales se tomará un muestreo con las empresas más importantes en la ciudad de Cali y el municipio de yumbo, para que estas adquieran nuestros diferentes servicios.

Se realizaron 3 observaciones en cada una de las empresas visitadas a realizar las encuestas, las observaciones se tomaron en cuenta, ya que, Arte y Diversión Ltda. realizó demostraciones de algunos de los servicios que actualmente presta. Cada una de las visitadas duro de 3 a 4 horas.

En estas observaciones se puede concluir que los empleados de las 3 empresas visitadas expresan satisfacción a la hora de ofrecerles los diferentes productos del portafolio de la empresa Arte y Diversión Ltda.

Encuesta: realizaremos encuestas para conocer las preferencias que tiene las personas vinculadas a las empresas, con el fin de prestar un servicio que superen las expectativas de los consumidores.

**ENCUESTA DE SATISFACCION Y PREFERENCIA DE EMPLEADOS DE  
DIFERENTES EMPRESAS SOBRE ARTE Y DIVERSION LTDA.  
ANALISIS Y RESULTADOS.**

PREGUNTA 1. ¿Conoce usted la empresa de entretenimiento ARTE Y DIVERSION LTDA?

**Cuadro 1. Reconocimiento**

Opciones	f	P(x)
Si	0	0%
No	150	100%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Figura 1. Grafica Reconocimiento**



En la pregunta No. 1 que habla sobre el conocimiento de las personas sobre la empresa ARTE Y DIVERSION LTDA , la respuesta es de un 100% No, por lo cual



se está desarrollando e implementando este plan de mercadeo que busca un mayor reconocimiento y posicionamiento para que más personas naturales y diferentes empresas tenga conocimiento de los servicios que ofrece ARTE Y DIVERSION LTDA.

PREGUNTA 2: ¿Ha participado usted de alguna actividad de entretenimiento ofrecida por su empresa?

**Cuadro 2. Participación en alguna actividad**

Opciones	f	P(x)
Si	120	80%
No	30	20%
Total	150	100%

**Figura 2. Grafica participación en alguna actividad**



Encontramos que en la pregunta 2, que habla sobre si alguno de los empleados de las diferentes organizaciones encuestadas ha participado en algún tipo de actividad referente al entretenimiento, concluimos que el 20% de las 150 encuestas realizadas no ha realizado ningún tipo de actividad ofrecida por la empresa donde labora, y el 80% de estos empleados ha participado en una o

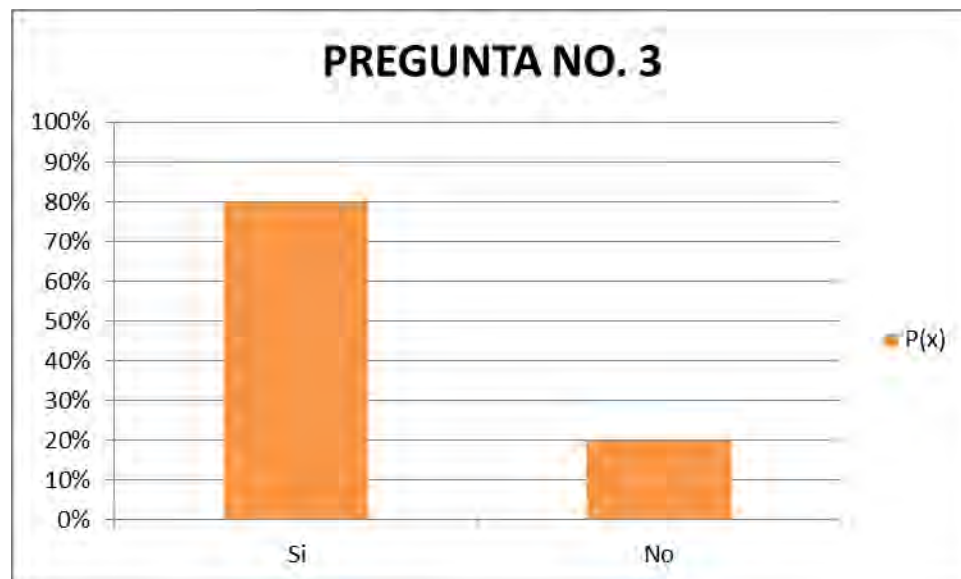
varias de las actividades que ofrecen las empresas. Se indago sobre el 20% de estos empleados y se encontró que ellos llevan menos de 6 meses laborando, por tal motivo no han participado en las actividades.

PREGUNTA 3: ¿Estaría usted dispuesto a participar de alguna actividad que realice su empresa?

**Cuadro 3. Disponibilidad en la Participación de actividades**

Opciones	f	P(x)
Si	120	80%
No	30	20%
Total	150	100%

**Figura 3. Grafica disponibilidad participación de actividades**



Concluimos que en esta pregunta, que se refiere a que si los empleados que no han participado en algún tipo de actividad ofrecida por la compañía estarían dispuestos a participar en las próximas actividades a realizar, nos encontramos con un 80% que si participaría y un 20% que no lo haría, e indagamos sobre este 20% y el resultado es que es por falta de interés por estas actividades.

PREGUNTA 4:Cuál de las siguientes actividades le gustaría que su empresa desarrollara:

**Cuadro 4. Actividades a desarrolla**

Opciones	f	P(x)
Manejo del estrés	40	27%
Trabajo en equipo	40	27%
Pausas Activas	30	20%
Resolución de conflictos	40	27%
Total	150	100%

**Figura 4. Grafica actividades a desarrollar**



Encontramos una igualdad del 27% en cuanto a las opciones de las actividades que les gustaría que la empresa realizara, estas fueron:

- ✓ Manejo del estrés
- ✓ Trabajo en equipo

✓ Resolución de conflictos.

El 20% restante prefirió las pausas activas, aunque algunos afirmaron que dentro de la organización ya se llevaban a cabo este tipo de actividades pero que no eran frecuentes.

PREGUNTA 5:Cuál de las siguientes actividades de entretenimiento preferiría usted (Múltiple opción):

**Cuadro 5. Actividades que Prefieren los empleados**

Opciones	F	P(x)
Talleres artísticos	20	13%
Fiestas para los Hijos de los empleados	55	37%
Fiestas para los Empleados	150	100%
Salidas vacacionales	100	67%

**Figura 5. Grafica Actividades que Prefieren los empleados**



En esta pregunta se le dio a escoger a los empleados entre las diferentes actividades de integración que les gustaría que la empresa realizara, el 13% prefirió talleres artísticos (Danza, teatro, etc.), el 37% escogió fiestas para los hijos de los empleados de las empresas debido a que consideran que esto es vital para la unión y el trabajo en equipo, ya que se conocerán desde otro punto de vista. El 100% prefiere debido que por costumbre y por cultura las empresas siempre realizan una fiesta de fin de año en donde el homenajeado es el empleado, por lo cual desean continuar con esta tradición. El 67% prefiere las salidas vacaciones, ya que, estas salidas no son comunes y tienen buena acogida por parte de los empleados, la idea de este tipo de salidas es implementar las charlas motivacionales en el punto de encuentro.

PREGUNTA 6: Cuál de las siguientes actividades le gustaría que su departamento implementara.

**Cuadro 6. Actividades a Implementar en su Departamento**

Opciones	f	P(x)
Clowns	60	40%
Pausas activas	30	20%
Charlas preventivas	20	13%
Charlas motivacionales	40	27%
Total	150	100%

**FIGURA 6. Grafica Actividades a Implementar en su Departamento**



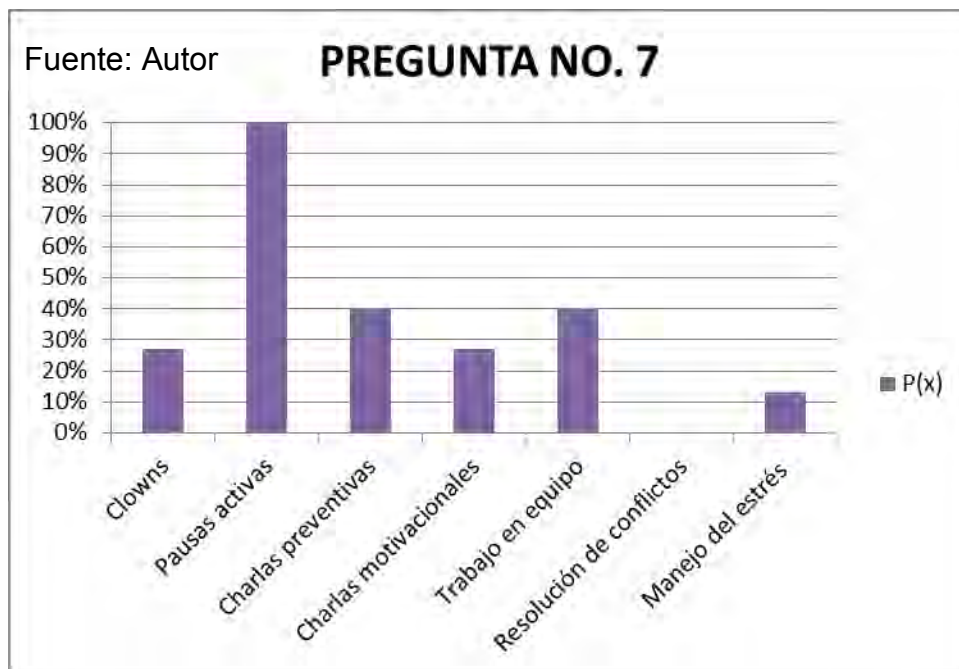
El momento de acercarnos a los empleados de las diferentes empresas encontramos y podemos concluir que la preferencias de estos es mayor con 40% de los clowns, seguida por la charlas motivacionales con 27% y el de menor acogida con 13% son las charlas preventivas, esta determinación es tomado en su mayoría es por cultura, ya que el colombiano piensa que este tipo de charlas son para los empleados débiles de las organizaciones, mientras que las charlas motivacionales tiene una gran acogida por el persona ejecutivo de las organizaciones.

PREGUNTA 7: ¿Actualmente cuál de las actividades ya está implementada en su empresa? (Múltiple opción):

**Cuadro 7. Actividad implementada**

Opciones	F	P(x)
Clowns	40	27%
Pausas activas	150	100%
Charlas preventivas	60	40%
Charlas motivacionales	40	27%
Trabajo en equipo	60	40%
Resolución de conflictos	0	0%
Manejo del estrés	20	13%

**Figura 7. Grafica Actividad implementada**



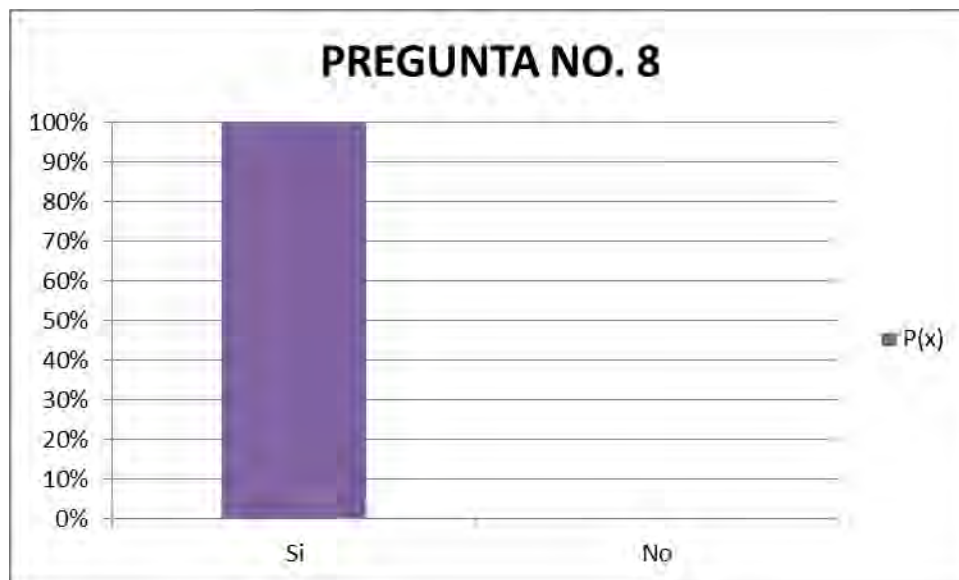
En esta pregunta se hace referencia de cuáles actividades están implementadas actualmente en las diferentes empresas y se encontró que las pausas activas están implementadas en todas las organizaciones visitadas. Adicional a esto, las charlas preventivas exigidas por el departamento de salud ocupacional de cada una de ellas con un 40%. También se encontró que el 0% de estas empresas realizan algún tipo de actividad ni por departamento ni a nivel general de la empresa, un programa de resolución de conflictos interno, en cuestión del manejo del estrés que es un punto muy importante dentro de estas organizaciones solo se ha implementado solo en el 13%.

**PREGUNTA 8.** ¿Estaría usted de acuerdo que su empresa contrate los servicios que presta la empresa ARTE Y DIVERSION LTDA.

**Cuadro 8. Contratación de los servicios de Arte y Diversión Ltda.**

Opciones	F	P(x)
Si	150	100%
No	0	0%
Total	150	100%

**Figura 8. Grafica Contratación de los servicios de Arte y Diversión Ltda.**



En la siguiente pregunta se evaluó el porcentaje de los empleados que estarían dispuestos a participar de las diferentes actividades ofrecidas por Arte y Diversión Ltda. Y con el 100% podemos concluir que los diferentes servicios prestados por nuestra empresa son de gran acogida por los empleados de las compañías visitadas y encuestadas.

Por medio de este tipo de encuestas podemos saber y conocer las diferentes preferencias de los empleados, el día sábado 16 de marzo se visitaron las empresas Sanofi Aventis con autorización del gerente de calidad a nivel regional el Dr. Jorge Castro Baños, Colpatría con autorización del Sr. Oscar David Castro Carmona y Jhonson y Jhonson con la autorización del Dr. Felipe Uribe gerente regional en ventas. En cada una de estas visitas fueron autorizadas 50 encuestas.



Gracias a estas personas y a su personal se pudo deducir que la idea del plan de mercadeo para aumentar la participación y el reconocimiento de la empresa Arte y Diversión Ltda. para incursionar en la diferentes empresas de Cali y el Municipio de Yumbo es viable y factible.

Adicional a esto se realizaron una serie de preguntas referentes al tema via correo electrónico a los colaboradores del Grupo Acción Plus que se dedica a Aportar a la competitividad de los clientes, con Servicios innovadores basados en talento humano de la más alta calidad, con responsabilidad social, contribuyendo a la economía del país generando valor a los diferentes accionistas, las personas quienes me ayudaron los relaciono a continuación:

#### **Cuadro 9: Colaboradores del Grupo Acción Plus**

SALUD OCUPACIONAL	
EDWIN SANCHEZ	ASESOR COLPATRIA
CRISTHINA PAREDES	ASESOR EHS ACCION
ISABEL AGUDELO	AIS COLMENA
Ma. INES RUIZ	ASESOR COLMENA
JUAN MANUEL SALAZAR	ASESOR COLMENA
JUAN PABLO PELAEZ	DIRECTOR MEDICO
OSCAR CASTRO	SAESE COLPATRIA
DIANA GONZALEZ	PSICOLOGA LIDER ACCION
KATERINE GAVIRIA	APRENDIZ SENA

**Fuente:** Oscar David Castro, Analista Regional de Salud Ocupacional de Colpatría.

La percepción de estas personas frente a la idea de implementar en las diferentes empresas con las cuales Acción tiene relación directa es factible debido que es indispensable para el personal mejorar por medio de estas actividades las relaciones como grupo de trabajo, además dentro de las respuestas el Sr. Juan Manuel Salazar en su respuesta hace referencia en que „es de gran importancia en que los empleados de una empresa se conozcan entre sí, sin necesidad que dependan o no en el ámbito laboral, de acuerdo a las salidas vacacionales son de gran importancia y poco a poco nuestra empresa lo ha estado implementando con una gran acogida por los colaboradores de Colmena’ este entre otras.

Como fuentes secundarias usaremos publicaciones de artículos científicos en internet que estén relacionados directamente con el tema, además de las ayudas

bibliográficas que podamos usar, como libros, diccionarios, enciclopedias y revistas.

Para lograr un buen desarrollo de los objetivos específicos que planteamos inicialmente en este proyecto, se deberá aplicar los diferentes temas vistos a lo largo de la carrera universitaria, siempre enfocados hacia el cumplimiento del objetivo general. El cual es realizar un plan de mercadeo con el fin de ayudar al crecimiento en la participación del mercadeo para la empresa Arte y Diversión Ltda.

¿A cuántas empresas se les realizó la encuesta?

Se visitaron las empresas Sanofi Aventis con autorización del gerente de calidad a nivel regional el Dr. Jorge Castro Baños, Colpatria con autorización del Sr. Oscar David Castro Carmona y Jhonson y Jhonson con la autorización del Dr. Felipe Uribe gerente regional en ventas.

¿Cuál es el tamaño de la población?

En cada una de las empresas mencionadas anteriormente, se visitaron dos dependencias de cada una, en el caso de Jhonson y Jhonson se visitó el Departamento de Recursos Humanos y el área comercial enfocada en supermercados y mini mercados, lo cual los conforman 20 empleados por cada dependencia. Al ser Jhonson y Jhonson la primera empresa visitada en las siguientes dos visitas se realizaron de la misma forma, las encuestas se realizaron a 41 personas aproximadamente de cada una de estas empresas, a continuación encontrara la fórmula para determinar el tamaño de muestra adecuada para esta población.

### Ecuación 1. Muestra de la Población

$$n = \frac{0,25N}{\left(\frac{\alpha}{Z}\right)^2 (N - 1) + 0,25}$$
$$n = \frac{0,25(246)}{\left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 (246 - 1) + 0,25}$$
$$n = 150$$

Donde,  
N= 246, Total de población  
 $\alpha = 0,05$ , error estándar  
z= 1,96, para un nivel de confianza del 95%

## **7. ANÁLISIS SITUACIONAL**

### **7.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

El principal concepto de Arte y Diversión Ltda. se inicia en la rama del entretenimiento, la cual despliega cierta cantidad de actividades para todo tipo de persona o grupo de trabajo, las cuales son de suma ayuda partiendo de las diferentes teorías mencionadas con anterioridad, la mayor implementación de esta empresa es dirigida al entretenimiento de las empresas enfocándose por el Departamento de salud ocupacional ya que es requisito fundamental en todas las empresas grandes y medianas de Cali y el municipio de Yumbo, no obstante busca contrataciones no solo momentáneas sino contratos a largo plazo y así generar diferentes estrategias de entretenimiento.

Adicional a esto siempre busca un apoyo de sus proveedores y demás personal autorizado, tanto prestadores de servicio como colaboradores de planta, buscando así una mayor innovación en los diferentes puntos o empresas ya fijas que pertenecen dentro de la gama de Arte Y Diversión Ltda.

## 7.2. ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA

**Cuadro 10. Análisis de la categoría**

Clasificación	Explicación	Calificación
Amenaza de nuevos entrantes	Es de fácil entrada para nuevos competidores, debido a que en cada momento se implementan más de las actividades recreacionales en las empresa grandes y medianas, por lo tanto genera una demanda de empresas dedicadas a la diversión y recreación dando así un fácil acceso a estas empresas.	Desfavorable
Poder de negociación de los compradores	El poder de negociación de los compradores ya que Arte y Diversión Ltda. cuenta con paquetes en los cuales incluyen diversas actividades y el cliente o la empresa podrá modificar dichos paquetes de actividades.	Favorable
Poder de negociación con los proveedores	Debido alianzas estratégicas con los proveedores la empresa Arte y Diversión Ltda. sostiene prioridad frente a los recursos a utilizar para efectuar una actividad determinada	Favorable
Presión de sustitutos	Hasta el momento se cuenta con una gran presión de los sustitutos, debido a la gran demanda de las empresas ya que es requisito gubernamental la implementación de diferentes actividades de recreación y relajación contra el estrés de los empleados	Desfavorable
Rivalidad de la categoría	Al momento de comparar las ofertas de diversos servicios con los que cuenta Arte y Diversión Ltda. frente a otras empresas son mayores debido a las alianzas estratégicas con proveedores.	Favorable
	Las grandes inversiones que realizan los nuevos propietarios de las empresas entrantes y no depender de proveedores si no convirtiéndose en sus mismos proveedores	Desfavorable
	Deberá alcanzar un mayor reconocimiento por medio de las redes sociales ya que otras empresas que pertenecen a la competencia directa de Arte y Diversión Ltda. Cuentan con gran participación.	Desfavorable

**7.2.1. Amenaza de nuevos entrantes.** Este es un factor importante que puede afectar directamente Arte y Diversión Ltda. ya que la exigencia por medio de los diferentes talleres y actividades que se están conformando dentro de una empresa, buscando un óptimo trabajo en el equipo.

Esto genera en el mercado de la recreación una opción para que grandes inversionistas dispongan de su capital para conformar más empresas dedicadas a la diversión y recreación de los empleados de las grandes empresas en Cali y en el municipio de Yumbo.

**7.2.2. Poder de negociación de los compradores.** Directamente las grandes y medianas empresas son las que deciden qué tipos de servicio implementara a sus empleados, y la facilidad de modificar el conjunto de actividades culturales y recreacionales con el fin que el cliente o la empresa utilice los servicios que la parezcan más pertinentes para sus grupos de trabajo.

Arte y Diversión Ltda. ofrece diferentes paquetes los cuales los clientes tienen la decisión de modificar y escoger que se practicar dentro de estos se encuentran algunos como: los Temas alusivos a, Escuela de Padres ,Talleres artísticos, Promoción y prevención, Seguridad Industrial, trabajo en equipo dentro de las oficinas y familias, Talleres de sensibilización, BTL, Manejo de estrés, Pausas Activas, Separación de Residuos (Las 3 R)Las 5 S, Risoterapia, Resolución de Conflictos,Conciencia ciudadana. Dentro de estos también entran las salidas vacaciones.

**7.2.3. Poder de negociación de los proveedores.** El poder de negociación con los proveedores que Arte y diversión Ltda. cuenta es favorable con un nivel alto, debido que tenemos prioridad sobre la mayoría de herramientas a utilizar, entre estas empresas de proveedores encontramos Recrearte Entretenimiento, Holiday Recreación y Pincel Eventos S.A.S. entre otros, esto se es un ´punto a favor para la empresa ya que se puede contar con todos los recursos necesarios para el óptimo desarrollo de las actividades y de tal manera satisfacer a todos los usuarios con las actividades solicitadas.

**7.2.4. Presión de sustitutos.** Arte y diversión Ltda. posee una fuerte presión por parte de los sustitutos debido a la innovación de diferentes empresas en cargadas del entretenimiento, dirigidas también a mediana y grandes empresas, existen ciertos parques recreacionales los cuales buscan convenios específicos con el fin de que estas empresas consideren como primera opción la participación en sus parques, ofreciendo diferentes paquetes en donde los empleados puedan elegir determinadas actividades donde el empleado es el último quien toma esta opción mientras que en Arte y Diversión Ltda. la empresa es quien considera que actividades se desarrollarán.

Adicional a esto la gran demanda por parte de las medianas y grandes empresas para contratar este tipo de entidades que ponga en práctica con sus empleados todas las actividades y demás con el fin del óptimo trabajo en equipo.

**7.2.5. Rivalidad de la categoría.** Arte y Diversión Ltda. cuenta con ventajas competitivas lo cual genera un plus en el mercado para esta empresa, este plus se genera gracias a las diferentes alianzas estratégicas que maneja con los proveedores, ya que estos dan prioridad en las contrataciones conseguidas por Arte y Diversión Ltda. para brindar el mejor servicio, este es un aspecto positivo frente a la competencia ya que en la mayoría de casos las empresas de la competencia si no son sus propios proveedores deberán buscar empresas dedicadas al alquiler y al no tener alianzas estratégicas puntuales, se pueden ver perjudicados en el día del evento.

Un aspecto desfavorable para Arte y diversión Ltda. se debe a la uso poco frecuente de las redes sociales, lo cual para esos meses y dentro de este plan se considera de alta importancia , la mayoría de empresas dedica gran parte de su tiempo a la divulgación de información por medio de las redes sociales, ya que este es un punto llamativo para los departamentos de relaciones públicas, adicional a esto la actualización permanente de sus páginas web.

Arte y Diversión Ltda. está implementando de manera radical este efecto de relaciones públicas con el fin de obtener una mayor reconocimiento y participación por medio de la actualización constante de la página web y las redes sociales, ofertando todos los servicios tanto a las empresas como un público natural e individual.

### “Creación de una página web: Sus beneficios”

No hace falta que te diga los millones de dólares que mueve internet cada día. Desde que las conexiones de banda ancha se hicieron populares, hoy cualquier persona con conocimientos medianos sobre ordenadores puede estar escuchando música, hablando con sus amigos, grabando y editando videos o comprando por internet.

De hecho, se dice que para el 2020, todas las compras se harán a través de internet, ya que la tecnología permite que las mismas sean seguras, estables, confiables y mucho más cómodas y rápidas que ir a hacerlas por uno mismo.<sup>25</sup>

## 7.3. FACTORES DE MERCADO

El comportamiento de este mercado de entretenimiento está relacionado directamente a las exigencias empresariales el mayor crecimiento de este se debe a los departamentos de salud ocupacional y las diferentes teorías que ayudan y soportan las tendencias del entretenimiento, dando así un plus en el mercado y mostrándonos como una excelente opción para las empresas, además los diferentes empresarios están invirtiendo cada día más en los departamentos que apoyan el entretenimiento de sus empleados buscando un bienestar de los mismo y así mismo generando un mayor sentido de pertenencia de la empresa

**7.3.1. Tamaño de la categoría.** El tamaño de la categoría del sector de entretenimiento y diversión dirigido a las empresas está muy sesgado en el Valle del Cauca debido que las empresas, tenían una percepción frente a este tipo de empresas de la recreación, adicional en un 90% las empresas de entretenimiento son dirigidos a clientes naturales o jurídicos y no empresariales, el ejemplo más claro es la grana acogida de las empresas frente al modelo de negocio que ofrece Arte y Diversión Ltda. Ya que en el 2012 y lo corrido del año 2013 ha logrado una expansión de este sector y tomado una acogida única en este tipo de empresas, hemos llegado de manera positiva a:

---

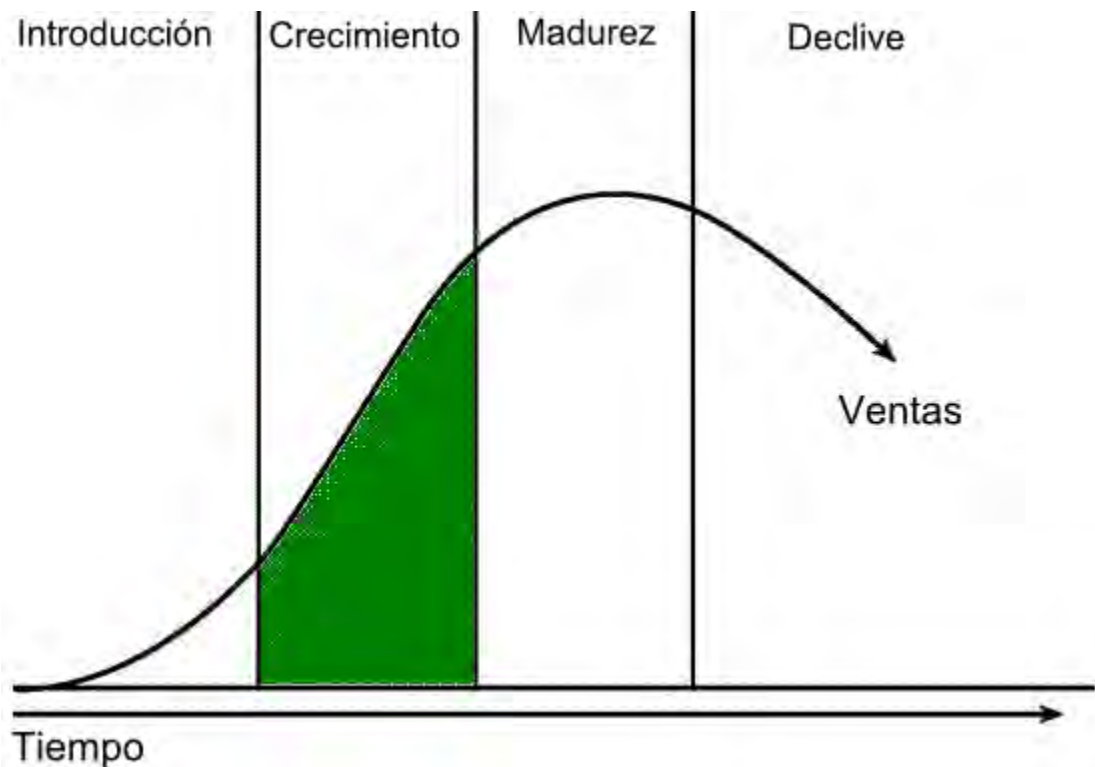
<sup>25</sup> GALLEGOS, Carlos. Creación de una página web [en línea], ¿Por qué es importante? Página Web en 24 horas, 2010 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en Internet <http://paginaweben4horas.com/creacion-de-una-pagina-web-importancia.html>



- **Cali Zona Segura:** (secretaria de gobierno)
- **Amor-atados:** (Grupo Imagen Propia Clown, IPC)
- **De apuros Inventos:** (Fundación Teatral La Caneca)
- **Montajes y Comparsas:** (Instituto Popular De Cultura)
- **Terapia De La Risa:** (Fundación Doctora Clown)
- **Cali Zonas de Respeto:** (Secretaria de Cultura y Alcaldía de Santiago de Cali)
- **Plazas Y Parques:** (Secretaria de Cultura y Turismo)
- **Campaña Morral De Los Sueños:** (Despacho Primera Dama , Alcaldía de Santiago De Cali)
- **Revuelta a La Mitad Del Mundo:**(Corporación Humor y Vida, Quito - Ecuador)
- **Proyecto Con Comunidades Indígenas:** (Corporación Humor y Vida, Amazonia Ecuatoriana)
- **Terapias De familia:** (Organización Internacional para Migrantes OIM)
- **Campaña del Club Nutricional:** (Secretaría de Salud)
- **Tierra de Gigantes C.C. Chipichape y Jardín Plaza-Celebración mes del niño:** (Parques y Mercadeo)
- **Intervenciones Empresariales:** (Riopaila – Castilla S.A, Alúmina, Johnson y Johnson, Bavaria, Laboratorios Baxter, Fanalca S.A, CVC, Coca-Cola entre otras

**7.3.2. Situación del ciclo de vida del producto.** La empresa de entretenimiento Arte y Diversión Ltda.se encuentra en una etapa de crecimiento, debido que las contrataciones por diferentes empresas y los trabajos independientes con hospitales y personas naturales van en aumento, adicional se puede ver claramente que soporto la etapa de introducción ya que es crucial para este tipo de empresas, debido a la alta competencia que esta tiene en la ciudad Cali y Yumbo.

**Figura 9. Grafica Ciclo de vida**



**Fuente:** El tiempo

Adicional a esto las encuestas de satisfacción realizadas en los meses anteriores antes de proponer este plan de mercadeo en Arte y Diversión Ltda. Son positivas lo que se espera es que con esta propuesta se puede aumentar notablemente las contrataciones y buscar de manera correcta una etapa de madurez en donde Arte y Diversión Ltda. Será la primera opción para las grandes compañías y las personas naturales, buscamos es generar un apercpección positiva y que se considere como una de las mejores empresas de entretenimiento en la región del valle del cauca con aspiraciones a regiones vecinas, de igual forma poder ampliar nuestro portafolio con los recursos suficientes sin necesidad de depender de proveedores externos.

**7.3.3. Ciclo de Ventas.** El ciclo de ventas de Arte y Diversión Ltda. se ve directamente relacionada a las contrataciones, ya que por medio de estas es que la empresa encuentra el mayor ingreso y así misma debe de proporcionar el desarrollo de nuevos servicios y productos y buscar un renovación de estas contrataciones empresariales.

## **8. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES**

Este análisis de los clientes se consideró por medio de las experiencias de los clientes y los mismos empleados de Arte y Diversión Ltda. ya que todas las actividades son desarrolladas por ellos con el fin de encontrar las falencias y el punto a favor para el mejor desarrollo de las mismas, por medios de estos consejos se implementaron cambios en algunas actividades y la metodología de dichas actividades, a continuación encontrarán una explicación minuciosa de nuestros clientes.

### **8.1. ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES?**

Son las empresas grandes y medianas de la ciudad de Cali y el Municipio de Yumbo ya que son las más apropiadas y tienen la disposición monetaria para generar ese tipo de contratación que busca la empresa Arte y Diversión Ltda.

A continuación relaciono un artículo en donde se observa que las multinacionales y empresas grandes y medianas del país son las que poseen el mayor poder adquisitivo y por tal motivo puede generar cierta facilidad para obtener un servicio determinado y más si es en pro de sus empleados.

**Johnson and Johnson gana 10.900 millones en 2012, un 11,2 por ciento más.**

“La multinacional de productos farmacéuticos y médicos Johnson & Johnson logró un beneficio neto de 10.900 millones de dólares en 2012, lo que supone un 11,2 % más que en el ejercicio anterior.

Las ventas anuales fueron de 67.200 millones de dólares, con un aumento del 3,4 % en relación a 2011, indicó la empresa en un comunicado.

La compañía recordó que tanto en 2012 como en 2011 ha tenido que aplicar cargos extraordinarios por 3.500 y 4.200 millones de dólares, sin los cuales sus beneficios habrían sido mucho mayores.

Durante el último trimestre contabilizado, que es al que más atención prestan los analistas e inversores, la compañía logró un beneficio neto de 2.570 millones de dólares (0,91 dólares por acción).

La cifra es más de diez veces superior a los 218 millones (0,08 dólares por acción) del período octubre-diciembre de 2011, pero en ese período Johnson & Johnson tuvo que aplicar cargos de más de 3.000 millones de dólares, incluyendo 800

millones de euros de costes médicos relacionados principalmente con la retirada del mercado de caderas artificiales.”<sup>26</sup>

Podemos observar como Jhonson y Jhonson una empresa reconocida a nivel mundial, con sede principal en Colombia en el Valle del cauca aumenta sus ventas anualmente, para Arte y Diversión Ltda. es una de las opciones mas rentables generando contrataciones favoreciendo a la Arte y Diversión Ltda.

**“Según la compañía, esta adquisición la convierte en líder en el segmento de medicamentos genéricos en el país.**

Otro gran negocio quedó en manos de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): la venta de Genfar, el segundo laboratorio más grande de capital colombiano, a la francesa Sanofi Aventis.

La multinacional anunció desde París que el proceso de ‘debida diligencia’ (due diligence, por su nombre en inglés) que venía realizando hace unos meses llevó a un acuerdo entre las partes.

De esta manera, dice Sanofi, se convierte en el líder de mercado en el segmento de genéricos en el país y expande su portafolio de medicamentos en América Latina. Genfar es la segunda compañía en el mercado de genéricos y en 2011 su ventas sumaron 133 millones de dólares, de las cuales 84 millones fueron en Colombia.

Mauricio Botero, gerente de Sanofi Aventis Pharma (Colombia), dijo que el mercado está impulsado por los genéricos, que representan un tercio del mercado total. Mientras que el presidente de Sanofis, Chris Viehbacher, dijo que estaban buscando tratos tanto en Vietnam como en nuestro país, porque los precios de las compañías son más razonables que los que pueden encontrar en ese gigante asiático e India.”<sup>27</sup>

Este es un ejemplo claro de las empresas grandes y medianas en la ciudad de Cali y el Municipio de Yumbo, siguen incrementando sus ventas y su poder

---

23 Johnson and Johnson gana 10.900 millones en 2012, un 11,2 por ciento más [en línea], Santiago de Cali, El País-Economía, 2013 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en Internet [http://economia.elpais.com/economia/2013/01/22/agencias/1358869099\\_336698.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/01/22/agencias/1358869099_336698.html)

<sup>27</sup> Sanofi Aventis anunció la compra de Genfar [en línea], Portafolio.co, 2012 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en internet <http://www.portafolio.co/negocios/sanofi-aventis-anuncio-la-compra-genfar>.

adquisitivos Sanofis Aventis es un ejemplo claro con la compra de Genfar, ya que esto genera un incremento significativo tanto a nivel de ganancia monetaria como en talento humano lo cual hace para Arte y Diversión Ltda. una opción adecuada para generar una contratación.

## **8.2. ¿QUÉ COMPRAN Y CÓMO USAN EL PRODUCTO?**

Compran entretenimiento y un mayor bienestar en los empleados generando el sentido de pertenencia que busca la empresa en todos los trabajadores, además trabajamos en conjunto con el departamento de salud ocupacional quien es el encargado de buscar todo tipo beneficio al empleado.

## **8.3. ¿DÓNDE COMPRAN?**

Están empresas pueden buscarnos en la oficina de Arte y Diversión Ltda. Ubicadas en el norte de la ciudad en el barrio Calima, también pueden realizar las consultas a través del blog [www.arteydiversion.net](http://www.arteydiversion.net), además el objetivo del plan es la creación de la página web, del facebook y twitter, que serán formas mas rapidas y eficientes para que puedan adquirir los servicios tanto las empresas como personas naturales.

El objetivo primordial de esto es darse a conocer con el de obtener mayor participación y por estos medios se puede lograr de manera rápida y eficaz, Arte y Diversión Ltda. Esta dispuesta a generar la inversión necesaria con el fin del buen funcionamiento de estos medios.

Normalmente los clientes que tiene Arte y Diversión Ltda. Fueron buscados por los por el departamento comercial que lo conforman todos los empleados, es decir, cualquier empleado vinculado a Arte y Diversión Ltda. Para realizar cualquier tipo de contrato, pero al momento de realizar una contratación por varios meses con una empresa determinada debe cumplir ciertos parámetros que son evaluados y aprobados por los directivos de la misma.

## **8.4. ¿CUÁNDO COMPRAN?**

En la mayoría de casos son contratados por la empresas en situaciones donde dicha empresa no necesite todo su personal en el 100%, es decir, en la mayoría

de ocasiones los servicios son contratados en temporadas de inicio de ciclo como lo son enero que es un mes en donde los empleados llegan de vacaciones y un cierre anual, de esta manera las empresas cumplen con el objetivo de integración y conocimiento interpersonal para así generar el desarrollo esperado durante ese año, además que es una exigencia gubernamental, en otras ocasiones son solicitados los servicios por que buscan una mayor comunicación entre los empleados generar un sentido de pertenecía del mismo empleado, este se emplea cuando la eficacia dentro de un departamento determinado no está funcionando adecuadamente y también por un bienestar del empleado con el fin que el empleador no vaya tener consecuencias más adelante por exceso no permitidos de trabajo.

### **8.5. ¿CÓMO SELECCIONAN?**

Arte y Diversión Ltda. es seleccionada por varios aspectos los cuales la última decisión es tomada por el cliente, el cliente puede seleccionar entre estos:

- Por precio de contratación.
- Por innovación en los servicios.
- Por la durabilidad de la contratación.
- Beneficio del empleado.
- La calidad de los empleados.
- Por recomendación.
- Por la calidad en las herramientas utilizadas para el desarrollo de cada actividad.

### **8.6. ¿POR QUÉ PREFIEREN SERVICIO?**

Arte y Diversión Ltda. Es preferida por la alta capacitación de los empleados y la gran innovación, tales como la risoterapia unida con las pausas activas, ya que cada una se realiza por separado, pero Arte y Diversión innova uniendo estos dos importantes servicios, salidas vacacionales formando grupos con dos departamentos que no están relacionados en el ámbito laboral, también se ofrecen servicios no laborales como resolución de conflictos padres e hijos, teatros y generación de conciencia ciudadana, entre otros, adicional a esto por el buen manejo de las herramientas y los espacios ya existentes dentro de la empresa o los espacios que son ofrecidos por las empresas para desarrollar las actividades.

### 8.7. ¿CÓMO RESPONDEN A LOS PROGRAMAS DE MARKETING?

Responden de manera adecuada debido a la gran asesoría que se brinda las nuevas ideas en función del trabajador y en beneficio monetario para las diferentes empresas, además el buen desarrollo que se le da al plan y alcanzando los diferentes objetivos y mostrar de manera sobresaliente el alcance de los objetivos anteriormente planteados.

### 8.8. ¿VOLVERÁN A COMPRAR?

Los clientes normalmente renuevan las contrataciones debido a los positivos resultados que se obtienen con estas nuevas implementación por parte del departamento de salud ocupacional además son claras las mejores interpersonales de los empleados de una empresa determinada.

### 8.9. SEGMENTACIÓN

El mercado potencial de Arte y Diversión Ltda. va enfocada principalmente en las medianas y grandes empresas de la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo, debido que son estas empresas la que contienen un mayor poder adquisitivo y tiene el indice de empleados con más contrataciones alto en el Valle del cauca, un ejemplo claro es Jhonson y Jhonson que ubica una de sus principales plantas en el Valle del Cauca.

La compañía estadounidense Johnson & Johnson ha presentado su nuevo plan de reestructuración que comprende el despido de entre el 6 y el 7 por ciento de la fuerza laboral de la empresa en el mundo, que supondrá rescindir unos 8.000 contratos.

"La compañía estima que la eliminación de puestos estaría en torno al 6-7% de su fuerza total global y **sometida a los procedimientos de consultas de esos planes en los países en donde se requiera**", indicó mediante un comunicado de prensa esta firma que cuenta con 117.000 empleados en el mundo.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Johnson & Johnson anuncia un plan de reestructuración y el despido de 8.000 empleados [en línea], El economista.es 2009 [consultado en abril de 2013]. Disponible en internet <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/1668367/11/09/Johnson-Johnson-anuncia-un-plan-de-reestructuracion-y-el-despido-de-8000-empleados.htm>.

De igual forma la compañía Arte y Diversión Ltda. no aparta dentro de su segmentación empresas pequeñas que tengan 50 empleados como mínimo y que estas estén divididas en dependencias y que la empresa tenga el poder adquisitivo mínimo para poder aplicar al portafolio de servicios de Arte y Diversión Ltda. estas pequeñas empresas son de total importancia debido a los conocimientos micro que pueden generar la empresa Arte y Diversión Ltda. y poderlo aplicar en las grandes y medianas empresas.



## 9. ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN

### 9.1. POTENCIAL DEL MERCADO

**9.1.1. Empresas objetivo y cantidad de empleados.** Dentro del plan de mercadeo que se realiza con Arte y Diversión Ltda. Encontramos varias de las empresas más grandes que se encuentran ubicadas dentro de la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo tales como:

Tecnoquimicas, Bavaria, Argos, Cadbury Adams, Colgate Palmolive, Carvajal, Propal, Home Center, Postobon, Coca Cola, Centelsa, jhonson y jhonson, sanofis aventis, Colpatria entre otros.

Estas empresas en el año 2012 y lo corrido del año 2013 según estudios realizados por la revista portafolio comprobó que 12.143 mil personas fueron unidas en la nómina de dichas empresas, este resultado es muy beneficioso para nuestra empresa Arte y Diversión Ltda. Ya que nuestro objetivo primordial es llegar a estas empresas con gran cantidad de empleados ya que esto generará contratos más largo y con mayor durabilidad puede ser más rentable para nuestra empresa.<sup>29</sup>

La cantidad de empresas es un aproximado a las principales empresas del departamento del Valle del Cauca.

### 9.2. TAMAÑO DE LA CATEGORÍA Y PRONÓSTICO DE VENTAS

#### Cuadro 11. Pronostico de ventas

AÑO	2012	2013	2014
VENTAS NETAS (millones de pesos)	10	20	30

**Fuente:** Pronostico elaborado por Alejandro Morales, Presidente de la empresa Arte y Diversión Ltda.

---

<sup>29</sup> Empresas 2012, ubicado en: Portafolio.co

Arte y diversión Ltda. Espera este incremento en un 150% y se basa principalmente en el desarrollo a través de las experiencias ya desarrolladas y en el aumento de sus empleados para poder suplir todas las necesidades de los clientes directos como también se debe a la positiva respuesta de esto en el año 2012, 2013 y también por la exigencia gubernamental en estas entidades, las empresas al observar que esta empresa ofrece lo necesario para generar un mejor trabajo en equipo y cumpliendo con las normas impuesta, vemos que en el 2014 no tiene un aumento tan significativo debido a la entrada de nuevas empresas de la recreación por la demanda que generaran las empresas en este año, con esta estrategia de negocio lo que buscara Arte y Diversión Ltda. Es mantener en constante renovación de las contrataciones de las empresas ya suscritas.

Esta información fue suministrada por Alejandro Morales presidente de Arte y Diversión Ltda. ya que determina que estos resultados son significativos y de gran importancia para la búsqueda de nuevos inversores, en las demás regiones del país.

### **9.3. EVALUACION DEL FACTOR INTERNO (EFI)**

Esta evaluación nos sirve para identificar cuáles son las fortalezas y debilidades y Arte y Diversión Ltda. tiene con el fin de profundizar en las debilidades y diferenciarlas para así mismo realizar un desarrollo positivo para que las fortalezas sean el diferenciador prioritario de Arte y Diversión Ltda.

#### **Fortalezas**

- Buena Capacitación
- Precio
- Proveedores estratégicos
- Relación con los proveedores
- Relación con los usuarios
- Servicio personalizado
- Diversas actividades a desarrollar
- Disponibilidad en el servicio

#### **Debilidades**

- Falta de personal
- Poca inversión en la empresa
- Escasos recursos propios
- Mal desempeño comercial

- Organización de las bases de datos
- Debilidad en el transporte

**Cuadro 12. Matriz de la evaluación del factor interno (EFI)<sup>30</sup>**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>VALOR<sup>31</sup></b>	<b>CALIFICACIÓN<sup>32</sup></b>	<b>VALOR PONDERADO<sup>33</sup></b>
<b>FORTALEZAS</b>			
1. buena capacitación	0.08	4	0.32
2. Precio	0.07	4	0.28
3. Proveedores estratégicos	0.08	4	0.32
4. Relacion con los proveedores	0.09	4	0.36
5. servicio personalizado	0.06	3	0.18
6. Diversas actividades a desarrollar	0.07	4	0.28
7. disponibilidad en el servicio	0.05	3	0.15
8.compromiso por parte de la empresa	0.09	4	0.36
<b>DEBILIDADES</b>			
1. Falta de personal	0.06	2	0.18
2. poca inversión en la empresa	0.06	2	0.12
3. escasos recursos propios	0.08	1	0.08
4. mal desempeño	0.06	2	0.12

<sup>30</sup> La Matriz de la Evaluación del Factor Interno (EFI) permite evaluar los factores que se han clasificado como fortalezas y debilidades, resultado del análisis del ambiente interno de la empresa.

<sup>31</sup> Se asigna un valor desde 0.0 que significa "sin importancia" hasta 1 que significa "muy importante". El valor adjudicado a un factor indica la importancia del mismo para que la empresa alcance el éxito, independientemente si es una fortaleza o debilidad. Al final, estos valores deben sumar 1.00 en total.

<sup>32</sup> Se califica cada uno de los factores de 1 a 4 dependiendo si se considera una debilidad mayor (1), una debilidad menor (2), una fortaleza menor (3), o una fortaleza mayor (4).

<sup>33</sup> Se multiplica el valor de cada factor con la calificación dada, para determinar un valor ponderado para cada factor, al final se suman estos valores. El total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una gran fortaleza interna.

comercial			
5. organización en las bases de datos	0.09	1	0.09
6. debilidad en el transporte	0.06	2	0.18
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.66</b>

De acuerdo a este análisis interno se puede deducir que las fortalezas son mayores a las debilidades ya que nos arroja un resultado ponderado mayor a 2.5, pero también da a conocer cuáles son las mayores debilidades donde Arte y Diversión Ltda. debe hacer énfasis para tener un mejor desarrollo de sus servicios a nivel interno.

#### **9.4. EVALUACIÓN DEL FACTOR EXTERNO (EFE)**

##### **OPORTUNIDADES**

- Actividades de alta calidad
- Satisfacción de los usuarios
- Entrar a nuevas empresas
- Aumento notable de la rentabilidad
- Generar un mayor conocimiento de la empresa
- Aumentar la participación en el mercado

##### **Amenazas**

- Entrada de nuevas empresas de entretenimiento
- Oferta de un mayor número de servicios por parte de la competencia
- Anulación de las contrataciones
- Disminución en los precios por parte de la competencia
- Creación de actividades de entretenimiento propias de las empresas

**Cuadro 13. Matriz de la evaluación del factor externo (EFE)**

<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>CALIFICACIÓN<sup>34</sup></b>	<b>VALOR PONDERADO<sup>35</sup></b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1. Actividades de alta calidad	0.09	1	0.09
2. satisfacción de los usuarios	0.09	3	0.27
3. entrar en nuevas empresas	0.07	1	0.07
4. Aumento notable en la rentabilidad	0.05	1	0.05
5. generar un mayor conocimiento de la empresa	0.06	2	0.12
6. aumentar la participación en el mercado	0.11	3	0.33
<b>AMENAZAS</b>			
1. entrada de nuevas empresas	0.13	3	0.39
2. oferta de un mayor número de servicios por parte de la competencia	0.12	2	0.24
3. anulación de las contrataciones ya existentes	0.10	3	0.30
4. disminución en los precios por parte de la	0.11	3	0.33

<sup>34</sup> Se asigna una calificación a cada factor indicando el grado de importancia para la empresa. Señala qué tipo de oportunidad o de amenaza es cada factor. La clasificación va de 1 a 4, dependiendo si es Respuesta mala (1), Respuesta media (2), Respuesta superior a la media (3) o Respuesta Superior (4). La calificación se basa en la eficacia de las estrategias empresa.

<sup>35</sup> Se multiplica el valor de cada factor con la calificación dada, para determinar un valor ponderado para cada factor, al final se suman estos valores. El total ponderado más alto que se puede obtener es 4.0 y el total ponderado más bajo posible es 1.0. El valor del promedio ponderado es 2.5. Un promedio ponderado de 4.0 indica que la organización está respondiendo de buena manera a las oportunidades y amenazas existentes en su ambiente externo.

competencia			
5.creaciones de actividades de entretenimiento propias de las empresas	0.10	3	0.30
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.3</b>

Gracias a este análisis se puede deducir que las amenazas son mayores a las oportunidades esperadas, tabla EFE nos muestra la ponderación es menor a 2.5 con un 2.3, por lo cual Arte y Diversión Ltda. deberá profundizar en estos aspectos que pueden perjudicar la estancia de la empresa en el mercado, por lo que es importante el desarrollo de esta plan de mercadeo.

## 9.5. DOFA

Las listas de las fortalezas internas, debilidades internas, oportunidades externas y de las amenazas externas, ayuden de manera eficaz a poder disminuir tanto las debilidades como las amenazas, generando un crecimiento tanto externo como interno de la empresa y generar así un mayor reconociendo y participación en el mercado.

**Figura 10. Matriz DOFA**

DOFA		
FACTORES EXTERNOS	LISTA DE FORTALEZAS	LISTA DE DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación</li> <li>• Precio</li> <li>• Proveedores estratégicos</li> <li>• Relación con los proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de personal</li> <li>• Poca inversión en la empresa</li> <li>• Pocos recursos propios</li> </ul>
<b>LISTA DE OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• actividades de alta calidad</li> <li>• satisfacción de los usuarios</li> <li>• entrar a nuevas empresas</li> <li>• Aumento notable en la rentabilidad</li> <li>• generar un mayor conocimiento de la empresa</li> </ul>	<b>FO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arte y Diversión Ltda. se caracteriza principalmente por un personal conocedor de las diferentes actividades con disciplina y una alta calidad, características fundamentales de un excelente servicio al cliente, generando recordación y satisfacción en el usuario, deberá aprovechar dichas oportunidades.</li> <li>• Arte y Diversión Ltda. uniendo todos los componentes que conforman las fortalezas alcanzará de manera práctica y ágil, las oportunidades del mercado, cumpliendo así los objetivos conformados</li> </ul>	<b>DO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arte y Diversión Ltda. deberá conocer las distintas opciones que le ofrece el mercado, entrar a nuevas empresas son oportunidades de rentabilidad que le ayudara a mejorar debilidades claras para aumentar la participación del mercado.</li> <li>• Un punto muy importante es el aumento en la rentabilidad, ya que Arte y Diversión Ltda. tiene la posibilidad de generar adecuadamente sus propios recursos tales como el transporte que son vitales en el momento del desarrollo de algunas actividades, un adicional a esto generar u plus dando una perspectiva para las empresas y sea tomada como la opción mas indicada.</li> </ul>
<b>LISTA DE AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• entrada de nuevas empresas de entretenimiento</li> <li>• oferta de un mayor número de servicios por parte de la competencia</li> <li>• anulación de las contrataciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si Arte y Diversión Ltda. alcanza los objetivos propuestos en el plan de mercadeo podrá evitar satisfactoriamente la anulación de contrataciones por el contrario podrá obtener un mayor número de empleados con el talento humano esperado y obteniendo así una satisfacción y fidelización por parte de las relaciones con los proveedores ya que son un factor importante dentro del desarrollo de las actividades que Arte y Diversión Ltda. desarrolla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arte y Diversión Ltda. se puede ver afectado directamente por la falta de personal con en la entrada de nuevas empresas ya que podría generar la pérdida de algún tipo de contratación debido a esto, en este punto la empresa deberá profundizar en estos aspectos con el fin de superar tanto sus debilidades como amenazas</li> </ul>

**Fuente:** Autor.

## **FO**

- la capacitación y va de la mano para alcanzar las diferentes metas antes propuesta como objetivo de plan de mercadeo en el momento en que la empresa Arte y Diversión Ltda. Pueda alcanzar a duplicar los empleados internamente podremos hacer nuevas propuestas y superar nuestras metas.
- La capacitación de los empleados y re creacionistas es muy importante debido que por medio de ellos podremos innovar en diferentes aspectos de aplicación de la recreación y el entretenimiento, adicional podemos buscar diferentes alianzas estratégicas con el fin de buscar la capacitación esperada tener el apoyo fundamentado en el conocimiento de las demás empresas.
- Generar y buscar diferentes proveedores estratégicos con el fin de tener una mayor alternativa e innovación en los servicios y productos que ofrece la empresa Arte y Diversión Ltda. Y de esta manera buscar un aumento significativo del capital humano idóneo para desarrollo de estos productos y servicios.

## **FA (Estrategias de supervivencia)**

- La gran acogida que ha tenido este tipo de empresas nos conlleva al ingreso de nuevas empresas de entretenimiento y con personal más capacitado, lo buscado por la empresa Arte y Diversión Ltda. Es tener la capacidad de generar esta competencia y alcanzar a la renovación de las contrataciones con las diferentes empresas.
- Al momento que las empresas implementadoras disminuyan su inversión en este tipo de propuestas de recreación y gubernamentalmente sean menos exigentes, no podremos aumentar el número de empleados capacitado para desempeñar dichas funciones.

## **DO (Debilidades – Oportunidades)**

- Gracias a incursionar en nuevas empresa puede generar que la empresa Arte y Diversión Ltda. Puede llevar a generar un aumento en los empleados gracias a la inversión de las diferentes empresas al que queremos llegar de esta manera y con dicha inversión podremos capacitar de manera más rápida y eficaz a nuestros empleados con los que mostraremos un nueva cara de Arte y Diversión Ltda.



**DA (Debilidades –Amenazas).**

- Debemos tener en cuenta en el momento de tomar ciertas decisiones debido que al momento que hayan nuevas empresas y este aplicando a una misma compañía debemos de tener un plus para generar un desarrollo adecuado de nuestro servicio y/o producto.

**9.6. FACTORES CLAVE DE ÉXITO**

- Capacitación adecuada a nivel nacional e internacional.
- Alianzas estratégicas con proveedores generadores de intervenciones pedagógicas.
- Aumento significativo de las contrataciones empresariales.
- Innovación de las actividades desarrolladas por Arte y Diversión Ltda.

## 10. OBJETIVOS

### 10.1. OBJETIVO DE MARKETING

Generar el reconocimiento y posicionamiento de la empresa de entretenimiento Arte y diversión Ltda. En la ciudad de Cali y el municipio de Yumbo, con el fin de generar una mayor rentabilidad para la empresa sea la mejor opción para los clientes potenciales y reales.

#### 10.1.1. Mezcla de Marketing.

**10.1.1.1. Producto.** La estrategia de arte y diversión Ltda. Se basa principalmente en el entretenimiento de los diferentes públicos a los que se dirige adicionando la diversidad cultural de nuestro país y también conozca la etnia, ecología y re creatividad de los mismo, el objetivo de esta variable es poder también otorgarle a los diferentes públicos una mejora continua interpersonal, mostrando mejorías optimas dentro del desarrollo de las actividades escogidas por las empresas, es no solo satisfacer el cliente como tal, sino también mostrar mejorías internas de las empresas a largo plazo, generando así un distintivo frente a los directivos de cada de empresa o dependencia a la que Arte y Diversión Ltda. ha llegado.

La empresa de entretenimiento Arte y Diversión Ltda. Actualmente cuenta con el siguiente portafolio:

- Promoción y prevención
- Seguridad Industrial
- Trabajo en equipo dentro de las oficinas y familias
- Talleres de sensibilización
- BTL
- Manejo de estrés
- Pausas Activas
- Separación de Residuos (Las 3 R)
- Las 5 S
- Risoterapia
- Resolución de Conflictos
- Conciencia ciudadana
- Escuela de Padres

**Talleres artísticos:**

- Teatro
- Danza
- Música
- Títeres con Elementos Reciclables

**Escuela de Padres:**

- Manejo del Estrés
- Resolución de Conflictos Padres e Hijos

**Temas alusivos a:**

- Valores
- Motivación a la Lectura
- Trabajo en Equipo
- Auto Cuidado
- Salud Oral
- Temáticos (Día del Idioma, Día del Agua, entre otros...)

**Nuevos servicios incorporados:**

- Risoterapia – Pausa activa
- Conciencia ciudadana – talleres de sensibilización

Lo que está innovando Arte y Diversión Ltda. es la unión de estos servicios, adicional a eso la escuela de padres que la conforman el manejo del estrés, la resolución de conflictos padres e hijos se están incursionando a partir de este proyecto.

**10.1.2. Plaza.** Arte y Diversión Ltda. Se encuentra ubicado en el norte de la ciudad de Santiago Cali, va dirigida a cualquier tipo de empresa y a personas naturales igualmente, la gama que se ofrece entre uno y otro cliente pueden llegar hacer diferente dependiendo como se considere en la estrategia de mercado. También es dirigido en los municipios del Valle del Cauca en especial al Municipio del Yumbo.

En cuanto al transporte de las herramientas necesarias para realizar una presentación la empresa Arte y Diversión Ltda. Tiene las herramientas para hacerlo incluso la contratación con los proveedores puede incluir esto, generando así una eficiente prestación del servicio.

Además se encuentra ubicado estratégicamente ya que la facilidad para desplazarse a las empresas ubicadas en el municipio de Yumbo es propicio.

**10.1.3. Promoción.** Se utilizan diferentes estrategias con las cuales la empresa pueda cumplir los objetivos establecidos como las metas que se plantean trimestralmente en ganancias, alcanzar metas prioritarias en contrataciones para generar un estimado de rentabilidad y así generar las inversiones en recursos propios, de la misma manera, diversificar las promociones con el fin de la satisfacción de los clientes.

La promoción utilizada por la empresa Arte y Diversión Ltda. Se basa principalmente en el momento de la negociación o propuesta que se genera a la empresa, se maneja adición de show o algún tipo de intervención adicional, esta aumenta debido a la prolongación de la contratación.

#### **Cuadro 14. ESCALA DE PRECIOS**

<b>Servicios de Arte y Diversión Ltda.</b>	<b>Costo por empresa aprox. 250 empleados</b>	<b>Descuento máximo 35%</b>
Promoción y prevención	\$ 1.800.000,00	15%
Seguridad Industrial	\$ 1.500.000,00	10%
Trabajo en equipo dentro de las oficinas y familias	\$ 2.600.000,00	35%
Talleres de sensibilización	\$ 1.400.000,00	10%
BTL	\$ 2.500.000,00	10%
Manejo de estrés	\$ 1.800.000,00	10%
Pausas Activas	\$ 2.300.000,00	10%
Separación de Residuos (Las 3 R)	\$ 800.000,00	10%
Las 5 S	\$ 800.000,00	10%
Risoterapia	\$ 2.300.000,00	25%
Resolución de Conflictos	\$ 1.600.000,00	35%
Conciencia ciudadana	\$ 600.000,00	10%
Escuela de Padres	\$ 900.000,00	10%
Teatro	\$ 800.000,00	10%
Danza	\$ 800.000,00	10%
Música	\$ 800.000,00	10%
Tótems con Elementos Reciclables	\$ 800.000,00	10%

Manejo del Estrés	\$	1.200.000,00	20%
Resolución de Conflictos Padres e Hijos	\$	1.500.000,00	15%
Valores	\$	400.000,00	5%
Motivación a la Lectura	\$	400.000,00	5%
Trabajo en Equipo	\$	1.600.000,00	10%
Auto Cuidado	\$	450.000,00	7%
Salud Oral	\$	600.000,00	10%

**Fuente:** Alejandro Morales propietario de la empresa

**10.1.4. Relaciones públicas.** Las relaciones públicas están directamente relacionadas con el enfoque del objetivo de publicidad en el cual entra la empresa en físico generando una mayor personalización y creando una fidelidad en el cliente con la empresa en donde se desarrolla por medio del presidente de la Empresa Arte y Diversión Ltda. El señor Alejandro Morales y los colaboradores en el ámbito comercial, realizando visitas, recordaciones ex temporales a los clientes con los cuales ya tenemos algún tipo de relación o que tuvimos o están próximos a tenerla la idea es hacer un seguimiento adecuado de los clientes tanto vía internet como presencial.

Este es un objetivo primordial debido que se divulgar la información adecuada por todas las redes sociales implementado ideas llamativas e innovadoras y generar propuestas para la actualización constante del blog que tiene la empresa Arte y Diversión Ltda.

Debido a la creación de la página web y a las redes sociales tales como en Facebook, lo que nos ha ayudado notablemente a generar conocimiento de nuestra empresa.

Debido a la gran acogida de estas redes sociales que son de gran importancia para el público joven y la relación rápida y directa que se tiene con las organizaciones, desde el mes de Enero del 2013 hasta la fecha se han conseguido 4 actividades con empresas pequeñas dentro de la ciudad de Cali tales como el Menú Gourmet, lechonas Don Porqy, Fibras S.A.S. y hasta el momento con 255 Likes de diferentes compañías y personas naturales a quienes se le ofreció los servicios de Arte y Diversión Ltda.

Como objetivo principal para Arte y Diversión Ltda. es el reconocimiento por parte de las distintas empresas grandes y medianas en la ciudad de Cali y el Municipio

de Yumbo, esto con el fin de generar el posicionamiento esperado, pero la publicidad generada por Arte y Diversión Ltda. no es muy intensa ni llamativa, es algo en el que este plan se contempla generando de manera adecuada una adecuación por las redes sociales y se generalizó no solo en los clientes a los cuales se llegara sino también en los clientes desean obtener nuestros servicios y productos, también se implementando herramientas que generen recordación tanto en el cliente potencial como real.

**10.1.5. Fuerza de ventas.** Alcanzar por medio de los colaboradores de Arte y Diversión Ltda. un mayor número de actividades empresariales que se generen por medio físico o virtual.

Normalmente la fuerza de ventas está a cargo de un departamento de mercadeo que está conformado por varios estudiantes de mercadeo quien también hacen parte de las intervenciones de Arte y Diversión Ltda. son quienes generaron visitas empresariales por medio de propuestas ante los jefes de los Departamentos de Salud Ocupacional, quien son los encargados de darnos el aval y generar la comunicación directa con Recursos Humanos ,estos estudiantes están a cargo de Patricia Chaparro, profesional en mercadeo y publicidad de la Universidad ICESI en Cali.

**10.1.6. Precio.** El precio de los servicios prestados por la empresa Arte y Diversión Ltda. Pueden variar significativamente dependiendo de las preferencias del cliente tales como el tiempo la cantidad de intervenciones en la sesión y los implementos o herramientas que prefiera el cliente.

Adicional a esto el precio está directamente relacionado por la cantidad de empleados a los que se aprovecharan de estas actividades así mismo, depende si la decisión por parte de la empresa incluye salidas vacacionales o no. Que debe de incluir en la misma, solo talleres o implementar de manera clara las charlas motivacionales que ofrece Arte y Diversión Ltda.

## **10.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS**

**10.2.1. Clientes.** Se han creado dos bases de datos de todos los clientes que Arte y Diversión Ltda. Las cuales la conforman un grupo empresarial a los cuales se ha generado algún tipo de contacto, esta base de datos se conforma por correo electrónicos, números telefónicos y nombre completo. La segunda base de datos

está conformada por personas naturales con las cuales hemos generado algún tipo de contacto sea por redes sociales o recomendación.

- Estas bases de datos están conformadas por 150 contactos en su totalidad.

**10.2.2. Mercados.** Se identificó que empresas están implementando esta modalidad por parte de los departamentos de salud ocupacional, las cuales relaciono a continuación: Tecnoquimicas, Bavaria, Argos, Cadbury Adams, Colgate Palmolive, Carvajal, Propal, Home Center, Postobon, Coca Cola, Centelsa.

## 11. ESTRATEGIA DE PRODUCTO / MARCA

### 11.1. MERCADO OBJETIVO

Mercado Potencial: grandes y medianas empresas en la ciudad de Santiago de Cali y el municipio de Yumbo.

Mercado Meta (Objetivo): se define en las diferentes empresas que este y ya tengan desarrollado un departamento de salud ocupacional.

Inicialmente se desea abarcaremos en Cali y el municipio de Yumbo, para después indagar en el territorio nacional.

### 11.2. COMPETIDORES OBJETIVOS

Los principales competidores son las empresas:

- **Aj Martínez.:** esta empresa se basa principalmente en la elaboración de fiestas y está vinculada con varias empresas en la ciudad de Cali buscando su posicionamiento.
- **Saltibanquis S.A.:** está enfocada en la recreación y ofrece servicios muy similares a los que ofrece Arte y Diversión Ltda.
- **Arte & Diversión Turismo Recreación y Eventos Ltda.:** en los últimos años ha implementado la unión del turismo con la recreación es una empresa muy fuerte y con gran participación.

### 11.3. ATRIBUTOS DE PRODUCTO

Este análisis se efectúa a través de la evaluación de una serie de factores que permiten realizar una disección del producto, partiendo de los elementos centrales hasta los complementarios, para que a la vista tanto de los nuestros como de los de la competencia, podamos elaborar la estrategia del marketing que nos permita posicionar el producto en el mercado de la forma más favorable:



**Servicio:** el servicio esperado por los consumidores de las diferentes empresas, son los adecuados debido a la capacidad y capacitación de los empleados de Arte y Diversión Ltda.

**Herramientas necesarias:** Arte y Diversión Ltda. Contiene la herramienta adecuada para ofrecer todos sus servicios e intervenciones y se complementa con la alianza estratégicas con sus proveedores.

**Capacitación:** algunos de los trabajadores de Arte y Diversión Ltda. son capacitados tanto desde el punto de vista de entretenimiento como desde ámbito de salud debido que son los encargados de realizar las visitas a los hospitales e implementar la risoterapia.

**Instalaciones adecuadas:** Arte y Diversión Ltda. Contiene dentro de su portafolio salidas recreacionales, por lo cual cuenta con fincas y varias cabañas en el lago calima con las cuales puede disponer en cualquier momento y efectuar sus salidas.

#### **11.4. ESTRATEGIA CENTRAL**

Desarrollar y alcanzar diferentes estrategias dirigidas al cliente con el fin de conocer profundamente cuales son las necesidades del empleado, como satisfacer de manera adecuada las oportunidades que ellos nos brindan y de tal manera generar prorroas en las contrataciones.

##### **Proposición de valor**

Ofrece un extenso portafolio a un buen precio generando así una recordación adecuada y buscando que el empleado desde el punto de vista de cliente natural también seamos la mejor opción en cuestión de entretenimiento.

##### **Mercados alternativos**

Lo que busca Arte y Diversión Ltda. es conocer e incursionar en los diferentes mercados a los cuales nunca ha llegado e implementar sus Intervenciones de manera acorde en cualquier mercado colombiano.

#### **11.5. POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO**

Para posicionar la empresa Arte y diversión Ltda. de una manera adecuada demos tener en cuenta:

- Las preferencias de los consumidores empresariales
- Presupuesto de estas empresas.
- Experiencias con el entretenimiento
- Preferencias de los empleados de las empresas

Estos son algunos aspectos importantes de cómo se puede posicionar esta empresa debido que Arte y Diversión Ltda. Es una empresa que vende servicio experiencia y recordación en sus usuarios.

## **11.6. PROGRAMAS DE SOPORTE AL MARKETING**

### **11.6.1. Plan integrado de comunicaciones de Marketing**

#### **Publicidad**

Con el fin de cumplir con los objetivos principales y específicos se decidió en invertir en la empresa Arte y Diversión Ltda. en la publicidad, lo cual implica un rediseño del logo, por ende crear toda la papelería membretada con el mismo y no obstante la creación de la página web y los demás sitios de redes sociales gratuitos.

Se buscó la empresa INNOVA y la empresa ADGORA encargadas de campañas publicitarias ubicadas en el norte de la ciudad de Cali quien nos está asesorando sobre la mejor manera de tomar una campaña a nuestro favor y poder tomar una decisión frente a un presupuesto del mismo y generar así el posicionamiento y la recordación esperada por Arte y Diversión Ltda.

#### **Promoción de ventas**

La empresa Arte y Diversión Ltda. Implementó de manera adecuada personal dedicado a las visitas empresarial para divulgación presencial de los servicios y por cada contrato adquirido generará comisiones a estos empleados ya que antes no existía esta modalidad.

## 12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Cuadro 15. Actividades**

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
actualizar bases de datos de clientes actuales	X											
creación de bases de datos incluyendo usuarios Facebook y visitas a nuestra pagina			X	X	X	X	X	X	X			
Creación de formato tanto físico como digital en la página web para suscripción de los usuarios		X	X	X								
organización de la información recolectada		X	X	X	X							
reuniones con los proveedores antiguos y los próximos		X	X	X	X	X						
determinar que se ofrecerá y como se ofrecerá a las empresas y a los clientes naturales para generar diferenciación								X				
seguimientos a los clientes actuales							X	X				

basarse directamente en las experiencias de los usuarios y construir un trabajo más personalizado									X			
desarrollo de la página web con la agencia Ágora						X						
Capacitación de los empleados para la buena administración de las redes sociales						X	X	X				
Generación de las relaciones públicas por medio de los directivos y los empleados del departamento comercial.					X	X						
Modificación del logo, creando uno más llamativo y de mayor recordación					X							
creación de papelería, uniformes y accesorios con el logo de la empresa					X	X	X					
creación de material P.O.P. y suvenir para los usuarios					X	X	X	X	X	X	X	X
ubicar las principales empresas, las cuales deseen obtener este tipo de servicio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Considerar que servicios se deben de ofrecer dependiendo las necesidades de cada uno de los usuarios.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

creación de la presentación y los videos institucionales, los cuales se mostraran a los clientes actuales y próximos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
aumentar las contrataciones por medio de los materiales P.O.P. y las redes sociales conjunto con la página Web	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Realizar un análisis de la competencia en cuanto a precios.		X	X	X								
Definir cuáles son los proveedores estratégicos y aliados de la empresa para contactarlos				X								
Mostrar todas las herramientas que se pueden ofrecer por medio de un brochure				X								
Realización de acuerdos por medio de convenios para la sostenibilidad de los precios.					X							

**Cuadro 15 (Continuación)**

### **13. MONITORIA Y CONTROL**

La empresa Arte y Diversión Ltda. Con base en la implementación del plan desarrollo un mecanismo de control basándose principalmente en las auditoria externas y generando las modificaciones pertinentes a medida que el plan de mercado se está desarrollando, también está enfocado en la parte de ventas observando cómo se obtuvo el contrato y como se ha generado el seguimiento del cliente.

Implementado mejoras a partir de las debilidades encontradas por el propietario Alejandro Morales quien es el encargado de realizar las auditorías internas y la calificación del servicio interno presentado, adicional la evaluación externa por parte de clientes más antiguos y con los que Arte y Diversión Ltda. Posee mayor empatía.

## **14. MEDIDAS DE DESEMPEÑO**

Estas medidas se desempañaran a través de análisis que contienen los procesos implementados, por medio de este Arte y Diversión Ltda. Encontraremos análisis más profundos.

Al día de hoy la empresa a obtenidos rendimientos satisfactorios los cuales se implementará en el desarrollo de este trabajo para obtener mayor información acerca del mismo.

Basándose de la siguiente manera:

- Medidas de control junto con las auditoras internas.
- Seguimiento del plan y generando una unión con las estrategias de marketing.
- Obtener un análisis antes y después de las implementaciones del plan.
- Se generar cierres trimestrales para conocer el crecimiento que este plan
- de mercadeo ha aportado a la empresa Arte y Diversión Ltda.

## 15. PRESUPUESTO

Para poder resolver los objetivos específicos la empresa Arte y Diversión Ltda. Debió facilitar un presupuesto inicial para generar una buena recordación por parte de nuestro grupo objetivo, se realizaron varias cotizaciones de las cuales las más relevantes fueron las de la empresa INNOVA y ADGORA, de la cual el Director Alejandro Morales escogió la propuesta de la Asociación Colombiana de la Industria Publicitaria. La cual relaciono a continuación:

**Figura 11. Ilustración Logo tipo Adgora**



**Cuadro 16. Cotización Publicidad Arte y Diversion Ltda.**

CREACIÓN DE MARCA	DEFINITIVAS
Rediseño de logo	\$ 530.000,00
Papelería básica (Sobre, hoja carta, tarjeta personal, tarjeta lord)	\$ 424.000,00
Papelería contable (formatos de cotización, factura, cuenta de cobro, recibo de caja)	\$ 318.000,00
<b>PUBLICIDAD EXTERIOR</b>	
Pieza señalética simple	\$ 84.800,00
<b>P.O.P. / MERCHANDISING</b>	
Creación de un souvenir	\$ 763.200,00
Botón - pin	\$ 53.000,00
<b>WEB</b>	
Página básica HTML (inicio y 4 página interna)	\$ 795.000,00
Copias y transportes	\$ 25.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.993.000,00</b>

**Fuente:** Adgora

En este presupuesto se relaciona los costos mínimos por los cuales Arte y Diversión Ltda. esta dispuesto a pagar, los gastos de creación de marca solo los ítem de papelería se repetirían constantemente ya sea mensualmente o trimestralmente, esto se verá reflejado a lo largo del año 2013. En publicidad



exterior trimestralmente y P.O.P/ Merchandising siempre y cuando lo requiera la empresa también se verá reflejado en el aumento de actividades que impartirán a lo largo de este año.

En cuanto a la página web es un solo gasto en el cual la empresa desde el mes de diciembre de 2012, acepto en hacerlo ya que es vital para cumplir el objetivo web del trabajo, la garantía de esta y la asesoría serán gratuitas hasta mes de junio del 2013.

En cuanto a las redes sociales solo se ha impartido el FACEBOOK el cual ha tenido muy buena acogida por parte de nuestros clientes ya que tendrán un contacto directo y permanente por medio de los smarthphone.

## **16. CONCLUSIONES**

Se puede concluir en este proyecto que las estrategias planteadas con anterioridad tienen gran acogida por parte de las empresas visitadas, son de vital importancia para generar el reconocimiento esperado en el municipio de Yumbo y en la ciudad de Cali.

Las propuestas presentadas en Colpatria para la implementación de esta fue total aprobación por el departamento de Salud Ocupacional, se logró generar una contratación de un año en el cual se generaran 4 actividades trimestralmente, dentro de las cuales se incluye una salida vacacional con el departamento de Salud ocupacional y el Departamento de Recursos Humanos.

La implementación de Facebook logró adquirir hasta el momento más de 300 seguidores, esto por medio de promociones lanzadas con el nuevo portafolio creado en este plan.

La página web tuvo gran acogida por su innovación con 250 visitas, también los usuarios comentaban y daban sugerencias sobre las actividades, esto también ayuda directamente a Arte y Diversión Ltda. al mejoramiento continuo.

## **17.RECOMENDACIONES**

Generar un mayor reconocimiento dándole una continuidad adecuada a las estrategias de marketing.

Generar un sentido de pertenencia más adecuado por parte de la empresa y sus empleados, ya que las dudas por cualquier usuario de grande o mediana empresa pueda resolverla sin ningún inconveniente.

Y generar una mayor capacitación con las ideas nuevas que se implementaron en el portafolio y realizar una óptima unión de las actividades y así fomentar la diversificación en los productos

## BIBLIOGRAFIA

Colombia. Vicepresidencia de la República / Coldeportes / FUNLIBRE Está disponible en: <http://www.redcreacion.org/documentos/simposio1if/GMesa.html>.

Copyright © 2013 Farlex, Inc. incluyendo diccionarios, tesauros, textos, geografía y otros datos de referencia tiene únicamente fines informativos. Esta información no debe considerarse completa ni actualizada, y no está destinada a ser utilizada en lugar de una visita, consulta, asesoramiento de una persona jurídica, médica, o de cualquier otro profesional encuéntralo en: <http://es.thefreedictionary.com>

De Gerencia, 2012, Expertos en Marketing [en línea]. Disponible en <http://www.degerencia.com/tema/marketing>

Estrategias de Marketing Online [en línea]. All Rights Reserved [Consultado en Marzo de 2013]. Disponible en Internet en <http://www.estrategiasdemarketingonline.com>

Empresas 2012, ubicado en: Portafolio.co

Familias institucionales, recreación y control, 2009. [en línea]. Disponible en: <http://www.familiainstitutional.com/servlet/co.com.pragma.documenta.servlet.seccion.MostrarDocumento?idDocumento=118&seccion=/HOME/MAGAZIN/SALUDOCUPACIONA/>

GASTELO MISKULIN, Delfo Tomislav. La gran importancia de la Recreación. [en línea]. Universidad del Perú, 2007 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en Internet

GALLEGO, Carlos. Creación de una página web [en línea], ¿Por qué es importante? Página Web en 24 horas, 2010 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en Internet <http://paginaweben4horas.com/creacion-de-una-pagina-web-importancia.html>

Johnson and Johnson gana 10.900 millones en 2012, un 11,2 por ciento más [en línea], Santiago de Cali, El País-Economía, 2013 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en Internet [http://economia.elpais.com/economia/2013/01/22/agencias/1358869099\\_336698.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/01/22/agencias/1358869099_336698.html)

La gran Enciclopedia Económica [en línea]. Diccionario de Economía [consultado en abril de 2013]. Disponible en <http://www.economia48.com/>.

MESA COBO, Guillermina, LA RECREACIÓN: ALGO MÁS QUE VOLVER A HACER, I Simposio de Investigación y Formación en Recreación. Septiembre 30 a Octubre 2 de 1999. Pereira.

MUÑIZ GONZÁLEZ, Rafael, Marketing en el Siglo XXI. Marketing de Servicios [en línea]. Disponible en <http://www.marketing-xxi.com/marketing-de-servicios-11.htm>

Ohiou University [en línea]. Disponible en Internet [www.library.ohiou.edu](http://www.library.ohiou.edu).

OSORIO CORREA, Esperanza. Los Beneficios de la Recreación desde una perspectiva del Desarrollo Humano, II Simposio Nacional de vivencias y Gestión en Recreación. [en línea]. Cali. Funlibre 2013. [Consultado en Marzo de 2013], disponible en: <http://www.redcreacion.org/simposio2vg/EOsorio.htm>

Psicología de la Publicidad [en línea]. Publicado en Septiembre 10 2009 [consultado en abril de 2013]. Disponible en Internet <http://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>.

Sanofi Aventis anunció la compra de Genfar [en línea], Portafolio.co, 2012 [consultado en marzo de 2013]. Disponible en internet <http://www.portafolio.co/negocios/sanofi-aventis-anuncio-la-compra-genfar>.

## ANEXOS

### **ANEXO A. ENCUESTA DE SATISFACCION Y PREFERENCIA DE EMPLEADOS DE DIFERENTES EMPRESAS SOBRE ARTE Y DIVERSION LTDA.**

Responda cada una de las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce usted la empresa de entretenimiento ARTE Y DIVERSION LTDA?
  - a) Si
  - b) No
  
2. ¿Ha participado usted de alguna actividad de entretenimiento ofrecida por su empresa?
  - a) Si
  - b) No

Si su respuesta anterior es Si continúe en la pregunta 4.
  
3. ¿Estaría usted dispuesto a participar de alguna actividad que realice su empresa?
  - a) Si
  - b) No
  
- 4.Cuál de las siguientes actividades le gustaría que su empresa desarrollara:
  - a) Trabajo en equipo dentro de las oficinas
  - b) Resolución de conflictos
  - c) Pausas activas
  - d) Manejo del estrés
  
- 5.Cuál de las siguientes actividades de entretenimiento preferiría usted (Múltiple opción):
  - a) Talleres artísticos
  - b) Fiestas para los hijos de los empleados de la empresa
  - c) Fiestas para los empleados
  - d) Salidas vacacionales para los departamentos de la organización.
  
- 6.Cuál de las siguientes actividades le gustaría que su departamento implementara.
  - a) Clowns
  - b) Pausas activas
  - c) Charlas preventivas
  - d) Charlas motivacionales.

7. ¿Actualmente cuál de las actividades ya está implementada en su empresa? (Múltiple opción):

- a) Clowns
- b) Pausas activas
- c) Charlas preventivas
- d) Charlas motivacionales
- e) Trabajo en equipo dentro de las oficinas
- f) Resolución de conflictos
- g) Manejo del estrés

8. ¿estaría usted de acuerdo que su empresa contrate los servicios que presta la empresa ARTE Y DIVERSION LTDA?

- a) Si
- b) No